



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO  
ORIENTADORA: DRA. NÉLIA DEL BIANCO

RAILA SPINDOLA DE ATAIDES

**TÔ DE PRÓXIMA: PROGRAMA DE PODCAST SOBRE VIDEOGAMES  
COM FOCO NA PRODUÇÃO INDEPENDENTE BRASILEIRA**

BRASÍLIA – DF, NOVEMBRO DE 2015

**TÔ DE PRÓXIMA: PROGRAMA DE PODCAST SOBRE VIDEOGAMES  
COM FOCO NA PRODUÇÃO INDEPENDENTE BRASILEIRA**

Memorial descritivo do produto apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – habilitação Jornalismo. Orientadora: Prof. Dra. Nélia Del Bianco

BRASÍLIA – DF, NOVEMBRO DE 2015

RAILA SPINDOLA DE ATAIDES

**TÔ DE PRÓXIMA: PROGRAMA DE PODCAST SOBRE VIDEOGAMES  
COM FOCO NA PRODUÇÃO INDEPENDENTE BRASILEIRA**

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dra. Nélia Del Bianco  
Orientadora

---

Prof. Me. Luciano Mendes de Souza  
Examinador

---

Prof. Dra. Selma Regina Nunes Oliveira  
Examinadora

BRASÍLIA – DF, NOVEMBRO DE 2015

RAILA SPINDOLA DE ATAIDES

*Dedico este trabalho à UnB. Não só por ser um espaço exemplar de ensino; mas por ter se tornado o lugar onde passei os melhores momentos da minha vida e conheci várias das minhas pessoas favoritas neste mundo. Nunca havia sido tão feliz. Obrigada.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, por ter me dado tudo que eu sempre precisei, sonhei e estive ao seu alcance. Por sempre acreditar em mim, apoiar minhas decisões e ser a melhor amiga e mãe que alguém poderia querer.

Ao meu irmão, que sempre me instiga de forma inteligente com novos pontos de vista a respeito de questões que já tenho opinião formada. A gente discorda e eu me irrita diversas vezes, mas aprendo muito também.

Ao meu pai, por tudo e por qualquer coisa que eu tenha aprendido de positivo como ser humano, mesmo das vezes que não me ensinou essas coisas diretamente. A forma como a gente encara novos aprendizados também é reflexo da nossa criação.

Às minhas amigas Yasmim, Camila, Ianna e Luciana, que estiveram comigo quando percebi que escrever era a minha vida e válvula de escape. Hoje meus motivos para amar o jornalismo são outros, mas aqueles foram os primeiros passos que plantaram a sementinha no meu coração. Parte do meu futuro eu devo a vocês.

A todos os meus amigos pelo apoio incondicional, mas principalmente aos que conheci graças à Universidade de Brasília. Às pessoas incríveis do grupo cultura, às meninas mágicas do Jornalismo e aos que estiveram ao meu lado desde o primeiro dia: João Victor, Janaina, Jéssica e Ingrid.

Aos meus professores de ensino médio do Colégio Santo Antônio, em Valparaíso de Goiás, em particular ao Sami e ao Gustavo – por terem sido os primeiros a dizerem que eu tinha capacidade e conseguiria entrar em uma universidade federal – e ao Arildo, por crer no meu potencial sempre que duvidei.

A todos os mestres e doutores com os quais tive o prazer de aprender na UnB, mas em especial à minha orientadora, Nélia Del Bianco, pelas instruções valiosas dadas durante a produção deste trabalho, por me inspirar todos os dias como profissional e contribuir para que o rádio entrasse na minha vida com o pé direito.

A todos os profissionais incríveis com os quais trabalhei na Rádio Nacional da Amazônia, em particular à Maíra, Bianca e Sheily. Sou eternamente grata por toda a confiança, estrutura de aprendizado e respeito profissional que tive nos meus seis meses de EBC e espero poder trabalhar com vocês novamente.

Por fim, agradeço aos que contribuíram e trabalharam diretamente para que este projeto fosse realizado: Gleydson, Vitória, Matheus, Jean, César, Paulo, Rebeca, Camila e todos os desenvolvedores, gamers e ouvintes que dedicaram um tempo ao Tô de Próxima. Vocês são incríveis. Obrigada mais uma vez.

## **RESUMO**

O Tô de Próxima é um programa de podcast focado em jogos eletrônicos desenvolvidos no Brasil e que contempla, em episódios específicos, temas sociais envolvendo videogames. Cada episódio tem entre 35 e 45 minutos de duração, contando com a presença e entrevistas gravadas de diversos convidados consumidores e desenvolvedores de jogos. O programa conta, ainda, com site próprio, páginas em redes sociais e diversos canais de comunicação com o público. O objetivo da produção é agregar ao formato do podcast independente características e vantagens da linguagem do radiojornalismo. Para desenvolver o produto foram realizadas pesquisas a respeito da história e surgimento da mídia podcast, a apropriação da internet e do podcast pelo radiojornalismo e análises de programas de podcast independentes da atualidade.

Palavras-chave: podcast, podcasting, internet, rádio, videogame

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	9
1.1 Justificativa .....	10
2. OBJETIVOS .....	13
2.1 Objetivo geral .....	13
2.2 Objetivo específico .....	13
3. REFERENCIAL TEÓRICO .....	14
4. SURGIMENTO DO PODCAST E CHEGADA DA MÍDIA AO BRASIL .....	18
4.1 Web rádio, podcast e a apropriação da internet pelo radiojornalismo .....	21
5. ANÁLISE DE PODCASTS INDEPENDENTES ATUAIS .....	23
5.1 Nerdcast: o maior podcast brasileiro .....	23
5.2 99vidas: o maior podcast independente nacional sobre videogame .....	27
5.3 MotherChip: novo podcast sobre jogos com futuro promissor .....	30
5.4 Dash e Vértice: dois podcasts sobre jogos dos mesmos produtores .....	32
5.5 Idle Thumbs: podcast americano feito por desenvolvedores de jogos .....	34
6. METODOLOGIA .....	36
6.1 Episódios de resenha: Toren, Momodora e Chroma Squad .....	37
6.2 Episódio especial: Mulheres e Games .....	40
6.3 Publicação, divulgação e feedback .....	41
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	43
8. REFERÊNCIAS .....	47
9. ANEXOS .....	49
9.1 Cronograma de pesquisa .....	49
9.2 Identidade visual .....	49
9.3 Roteiros .....	54



## 1. INTRODUÇÃO

O podcast é hoje uma mídia muito utilizada e explorada por produtores independentes de conteúdo que não são originalmente profissionais de comunicação. Os temas costumam ser diversos e para todos os públicos possíveis, quase sempre focados em nichos. Já a mídia tradicional tende a chamar de podcast a disponibilização de arquivos para download de um conteúdo que já foi transmitido no rádio e não inédito, produzindo poucos programas exclusivos para distribuição através de podcast.

Embora possamos encontrar exemplos de podcasts ligados a empresas de mídia tradicional ou criados por radialistas, a maioria dos podcasts, assim como grande parte dos blogs, são produzidos por pessoas não necessariamente ligadas profissionalmente à área de Comunicação, mas sim pessoas que simplesmente utilizam seu tempo livre para projetos pessoais relacionados à internet. (LUIZ; ASSIS, 2010, p 12-13)

Então como produzir um podcast independente – com um tema de nicho e um formato que atinja o público que se interessa pela mídia – aproveitando o que radiojornalismo moderno tem a oferecer? Como trazer o jornalismo para um podcast sem que ele perca a identidade construída ao longo dos últimos anos? E de que forma o entretenimento pode colaborar para a construção de um radiojornalismo diferenciado, jovem e moderno? Essas foram as perguntas que guiaram o trabalho de pesquisa que serviu de base para a construção de quatro episódios de podcast sobre jogos eletrônicos.

A ideia deste trabalho é unir e experimentar algumas dessas nuances entre o podcast independente e o rádio tradicional a partir do aprendizado formal dos estudos em Jornalismo e a observação dos programas criados por produtores independentes. Para isto, foi escolhida a criação de um programa de podcast semanal sobre vídeo games – um tema destinado a grupos de nicho – intitulado de Tô de Próxima. O projeto simula as publicações deste programa durante um mês com quatro semanas. Nas três primeiras semanas foram produzidos capítulos com resenhas de jogos independentes nacionais e no último episódio do mês o podcast sempre aborda um tema social envolvendo jogos eletrônicos (que poderia ser educação, machismo, violência e outros).

Os três primeiros programas resenhas produzidos para este trabalho falam sobre jogos desenvolvidos por brasileiros com diferentes níveis de popularidade, orçamento e

experiência das equipes que os criaram. São eles Toren, a série Momodora e Chroma Squad. Os programas contam com entrevistas com os criadores dessas obras e uma mesa de debate a respeito delas, considerando seus aspectos diversos em quatro blocos temáticos: História e Enredo; Música e Som; Arte e Gráficos; e Jogabilidade. É possível pensar no formato como uma conversa expositiva e crítica sobre qualquer produção audiovisual, como séries e filmes, porém destinada aos jogos eletrônicos.

Já o quarto e último episódio produzido para este trabalho, focado em temas sociais envolvendo jogos eletrônicos, fala sobre gênero e foi dividido em dois grandes blocos que falam sobre representatividade feminina nos games e meninas que jogam vídeo game. O programa especial possui um formato mais livre que os de resenha, podendo ter um número de blocos que varia e possuindo inserções diversas de entrevistados e depoimentos a qualquer momento.

O trabalho foi criado usando como base vários programas do gênero existentes hoje na internet brasileira e conta também com site ([todeproxima.com.br](http://todeproxima.com.br)), Feed RSS, canal no Youtube, SoundCloud, redes sociais ([facebook.com/todeproxima](https://facebook.com/todeproxima) e [twitter.com/todeproxima](https://twitter.com/todeproxima)) e diversas formas de interação com o público. Ainda assim, explora um formato mais limpo, fluido, sério e compacto – apesar de ser leve em conteúdo e linguagem – se assemelhando mais com os podcasts americanos e a rádio tradicional em vários aspectos de sua construção e montagem. O humor, tão comum nos podcast nacionais, não foi um recurso muito explorado no Tô de Próxima.

O nome Tô de Próxima surgiu de uma expressão comum entre pessoas que jogam videogame em grupo, lembrando de grandes reuniões de amigos em frente ao aparelho para partidas rápidas. Quem está na fila, esperando a própria vez, anuncia estar de próxima. “Tô de Próxima”, informa o jogador que está do lado de fora da partida.

## **1.1 Justificativa**

A produção do podcast Tô de Próxima é justificada por uma motivação profissional e pessoal de unir o conteúdo jovem e independente disponibilizado em formato de áudio na internet e o radiojornalismo moderno das emissoras comerciais. A vontade nasce de

um interesse em ouvir uma rádio jovem que se esforce para buscar novos públicos e aprender com as novas gerações, informando, mas ao mesmo tempo entretendo, sendo leve e atrativo.

O rádio e a mídia sonora em geral possuem peculiaridades e vantagens únicas. Eles fazem companhia, permitem que o ouvinte exerça outras funções enquanto os acompanha e estimulam a criatividade. O podcast é uma das formas promissoras existentes na atualidade de passar tudo isto adiante, aproveitando a convergência midiática e utilizando a internet para tal.

O formato podcast lembra a TV por assinatura e revistas especializadas, com canais focados em grupos específicos e produzindo conteúdos de nicho. Compreender como o processo de consumo e produção do podcast acontece e tentar construir um projeto a partir desta compreensão é um dos passos que escolhi para buscar manter o rádio atual e estimular o consumo da mídia sonora entre os mais jovens.

O podcast também está em constante crescimento e – apesar de não atingir públicos tão extensos ou ter tantos produtores profissionais quanto sites de distribuição de vídeos como o Youtube – dá passos largos e firmes adiante. Em uma geração onde todos são tão dependentes de imagens, é bom saber que ainda existe espaço para diversidade e é possível manter o formato radiofônico atualizado e atraindo público jovem através do uso da convergência midiática.

Mal as novidades despontam no horizonte, os profetas de plantão declaram a morte disso ou daquilo. [...] O rádio é talvez a mídia que mais recebeu ameaças de morte até hoje. A todas, respondeu com criatividade e tecnologia. O rádio é a maior prova da capacidade de convivência dos diferentes meios de comunicação. (BARILI, 2010, p 7)

O tema principal do Tô de Próxima (e dos três primeiros dos quatro episódios lançados do programa) são jogos eletrônicos criados por brasileiros. A ideia surgiu, primeiramente, a partir da decisão de abordar temas de um meio cultural que ainda não é visto por todos desta forma, ainda mais em território nacional. Os videogames funcionam como filmes interativos, exercícios de coordenação motora e intelectuais, possuem arte, música e enredo. Sendo assim, de que forma se difere tanto do cinema, a sétima arte?

Em segundo lugar, por mais que o Brasil seja hoje um dos maiores consumidores de jogos eletrônicos do mundo, os desenvolvedores locais ainda são desconhecidos por muitos e enfrentam dificuldades – ainda que em estado de superação constante – por razões financeiras, de divulgação e preconceito por parte dos consumidores. Nós compramos videogames, mas ainda não conhecemos nossos próprios produtos. Divulgar, abordar temáticas sobre jogos eletrônicos e conhecer mais sobre as obras brasileiros e seus criadores é uma forma de nos aproximarmos e desenvolver curiosidade para conhecer as produções nacionais de videogame.

Já os debates sociais sobre temas que envolvam a cultura e o consumo de videogames – como educação, normalização da violência, machismo, elitismo, até mesmo homofobia entre os jogadores assíduos – não ficam tão atrás em escassez e são os temas dos episódios especiais do Tô de Próxima. Os assuntos em questão são sempre deixados de lado pelo público majoritariamente masculino, branco, heterossexual e de classe média para os quais estes produtos são quase sempre destinados.

Por me interessar, pessoalmente e profissionalmente, tanto em videogame quanto em movimentos sociais de minorias, vejo importância em abordar um dos temas referentes aos problemas sociais envolvendo a cultura de consumo de jogos eletrônicos em um episódio de podcast. Sendo assim, o quarto e último episódio do Tô de Próxima foi construído como um especial sobre machismo no meio gamer e representatividade feminina nos jogos eletrônicos.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

Experimentar novos formatos radiofônicas para distribuição através da web utilizando da linguagem do radiojornalismo moderno e modelos comuns em programas nacionais independentes de áudio podcast.

### **2.2 Objetivo específico**

Produzir quatro episódios de um programa de áudio podcast, utilizando uma linguagem com informação e entretenimento, sobre jogos eletrônicos independentes nacionais e um tema social que envolva videogames.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

A produção atual de conteúdos de comunicação é quase sempre afetada, de alguma forma, pela existência da internet, sua interatividade e possibilidades multimidiáticas. O podcast – assim como a rádio web – é um dos formatos que nasceram da linguagem sonora quando adotada por produtores de conteúdo na internet e possui hoje uma identidade peculiar e própria, apesar de ainda manter características importantes do rádio tradicional.

O podcast não é apenas um programa de áudio produzido, gravado e editado que se distribui online. Podcast é o uso de textos, links, imagens e vídeos também. Quando um produtor de podcast faz referência a outra produção ou conteúdo – prometendo disponibilizá-lo na descrição ou página do podcast para que os ouvintes acessem – está usando das possibilidades multimidiáticas da internet.

Para compreender como se dá a coexistência das mídias tradicionais e as novas mídias (em particular a internet), de que forma uma afeta o formato da outra e como o público interage com os novos formatos midiáticos, foi escolhido como base de leitura para este trabalho o livro “Cultura da Convergência” (JENKINS, 2009).

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. [...] No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia. (JENKINS, 2009, p 29)

Faz parte dos objetivos deste projeto experimentar novas linguagens não só pensando no formato e identidade que os produtos de podcast ganharam ao longo dos anos entre os produtores independentes. Partir do conhecimento do radiojornalismo moderno é igualmente importante para construir um formato acessível para públicos mais amplos e atingir uma qualidade e formato mais condizentes com as regras de produção de programas radiofônicos de qualidade.

O podcast independente tem muito para ensinar ao radiojornalismo moderno, mas o rádio também tem muito o que oferecer ao podcast, por mais que pareçam primos tão próximos. Para isso, é indispensável compreender o rádio, seu formato atual e as raízes histórias do mesmo. Pensando nesse aspecto do trabalho, serve como pesquisa os autores Magnoni e Carvalho (2010).

O Brasil vive outro período decisivo para as comunicações de massa da televisão e do rádio, com a transição das transmissões analógicas para as digitais. Enquanto para a primeira a adoção do padrão tecnológico japonês estabeleceu um processo verticalizado e apressado, em relação ao segundo aproveita-se da polarização sobre o novo padrão televisivo para realizar a transição de forma mais lenta, sem alarde, e com mais oportunidades para a discussão pública sobre suas diretrizes e acerca dos potenciais a serem explorados. (MAGNONI; CARVALHO, 2010, p 10)

Apesar de todas as qualidades que possui em seu formato – como o fato de possibilitar que o público exerça outras funções enquanto escuta a programação – o rádio perdeu muito público para a televisão e para internet; mesmo que tenha se mantido firme e em produção constante. Com o objetivo de compreender o rádio na modernidade, o contato da mídia radiofônica com a internet e as novas possibilidades que surgem ao aliarmos as duas mídias, o artigo "Rádio na Internet: desafios e possibilidades" (BUFARAH JUNIOR, 2004) também foi escolhido como parte desta pesquisa.

Ao mesmo tempo, o rádio como veículo de comunicação, como conhecemos está sofrendo com a falta de criatividade e com a miopia dos empresários, que tornaram as programações homogêneas e pasteurizadas. Nesse contexto, as emissoras de Internet surgem como uma possibilidade atraente de resgatarmos o pioneirismo do rádio, já que permitem uma maior interação com o ouvinte facilitando não só a audição, mas a navegação pelos produtos radiofônicos. (BUFARAH JUNIOR, 2004, p 1)

Para dar início à produção de um programa de podcast é importante compreender do que a mídia se trata, como surgiu e como se deu a sua chegada ao Brasil. Podcast não é apenas uma gravação de um programa tradicional de rádio distribuída online e se quer nasceu como tal. Podcast tem raízes de produção independente e consiste, em geral, em um produto radiofônico original feito para web. O formato nasceu como um produto independente produzido exclusivamente para a internet e é distribuído para o

público através da assinatura de Feed RSS, antes utilizado apenas para compartilhamento de textos feitos em blogs e sites diversos.

Como base para a pesquisa sobre os aspectos e peculiaridades do formato podcast, foram usados neste trabalho três autores, sendo Luiz um dos pesquisadores mais dedicados ao formato podcast. Medeiros (2005), Luiz e Assis (2010), Luiz (2011) e Luiz (2014). Luiz e Assis definem o podcast como uma mídia da cibercultura.

O podcast é uma mídia da cibercultura em formato de áudio ou vídeo e transmitido diretamente ao assinante via feed RSS. Vem conquistando grande espaço na Web 2.0, especialmente com relação à produção de informação e às suas potencialidades comunicacionais e educativas. Além disso, também subverte a questão do receptor passivo ligado às mídias de massa tradicionais. A partir de uma origem fortemente tecnológica, o podcast teve um desenvolvimento voltado a facilitar sua produção e distribuição, permitindo que qualquer pessoa se torne potencialmente receptor e emissor, tornando a difusão de informações mais democrática. Os podcasts produzidos no Brasil possuem ainda características que os diferenciam das produções realizadas no exterior, aprofundando o caráter colaborativo existente na internet. (LUIZ; ASSIS, 2010, p 1)

Como produto produzido para internet, mesmo que tenha como identidade principal o formato radiofônico, os podcasts são ligados, quase sempre, a sites, blogs ou páginas em redes sociais. Se não tudo isso ao mesmo tempo. Eles contam, também, com a possibilidade de fazer referências a produtores originários de outras mídias, como textos, fotografias, vídeos, músicas, cinema, programas de televisão, outros podcasts e além de utilizar hiperlinks em suas descrições para direcionar o público para outras páginas.

Primo (2005) colaborou para esse trabalho ao mostrar a ligação direta de um podcast com suas páginas oficiais na internet, onde são disponibilizados conteúdos diversos e área de comentários para o público. Dessa forma, o podcast se torna uma mídia convergente, que vai muito além do áudio oferecido pelo rádio.

A ultrapassagem interativa do podcasting em relação à radiodifusão ocorre em sua abertura para o debate. Essa relação dialogal não acontece no espaço assíncrono dos episódios, mas no blog do podcast. Com raras exceções, cada podcast tem um blog vinculado, onde não apenas se oferece informações sobre os podcasters, descrição e arquivos de cada episódio, mas também uma janela de comentários. Os podcasters buscam inclusive motivar a participação da audiência naquele espaço. (PRIMO, 2005, p 18)



A linguagem pretendida para esse projeto é baseada na junção de informação e entretenimento, buscando neste segundo a leveza e descontração, mas nunca a banalização do assunto. Na comunicação, o formato que uni a informação e o entretenimento foi batizado de Infotenimento, mas não possui uma reputação tão positiva quando nos baseamos nos textos escritos sobre o tema.

É importante trazer à tona que o uso de entretenimento para passar informações não precisa ser, necessariamente, negativo ou problemático. O jornalismo pode usufruir da leveza proporcionada pelo entretenimento em certas pautas ou assuntos abordados e uma boa prova disso são jornais nacionais e locais que adotaram posturas e linguagens despojadas nos últimos tempos, principalmente online.

Jornal Hoje, Correio Braziliense Online e G1 são apenas alguns dos bons exemplos de programas ou jornais online que se tornaram mais despojados e divertidos nos últimos tempos e foram bem-sucedidos na escolha. Para entender esse aspecto do entretenimento aplicado no jornalismo o texto "A Notícia light e o jornalismo de Infotenimento" (DEJAVITE, 2007) é adequado e por isso foi escolhido como base para a pesquisa deste trabalho em questão.

No jornalismo, em especial, a função de entreter tem sido preterida. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial é julgado como um subproduto ou um desvio da atenção do receptor de assuntos tidos de maior importância. [...] Sempre coube ao jornalismo o papel de informar e formar a opinião pública sobre o que acontece no mundo real, com base na verdade, nas coisas que acontecem no mundo externo, no campo social. O entretenimento, entretanto, destinou-se a explorar a ficção, chamar a atenção e divertir as pessoas. Contudo, a chegada do jornalismo de INFOtenimento tem contestado essa ideologia dominante da prática jornalística que, aos poucos, terá de ser mudada. Nessa especialidade uma mesma matéria pode muito bem informar, entretendo ou, então, entreter por meio da informação. (DEJAVITE, 2007, p 1-3)

É importante ressaltar que por mais que a temática do Infotenimento seja tratada quase sempre de forma negativa este trabalho busca fazer o contrário. O texto da Dejavite não aborda a forma como busquei aplicar o Infotenimento neste projeto ou descreve os formatos dos jornais citados, mas oferece uma base sobre o conceito da união entre informação e entretenimento. Debates acerca da dualidade do Infotenimento não serão promovidos nesta pesquisa.

#### **4. SURGIMENTO DO PODCAST E CHEGADA DA MÍDIA AO BRASIL**

É conhecido como podcast um programa de áudio que é disponibilizado para download na internet através de um Feed criado com tecnologia RSS (Really Simple Syndication). Basicamente, o Feed RSS de um podcast funciona como uma lista online onde todos os episódios de um programa são publicados e o ouvinte pode fazer a assinatura dessa lista utilizando programas de computador ou aplicativos para dispositivos móveis conhecidos como “agregadores”. Os agregadores reconhecem o link do Feed RSS e passam a fazer o download automático dos episódios sempre que forem publicados. A assinatura do Feed pode, ainda, ser realizadas por e-mail.

A aplicação da tecnologia RSS no método de distribuição de podcasts permite ao ouvinte escutar um programa quando for melhor para ele. Com o Feed, não há necessidade de o público procurar cada episódio sempre que o programa for atualizado e os produtores conseguem conquistar um público fiel com mais facilidade. Esse método de distribuição foi primeiro utilizado para texto. O RSS foi aplicado em arquivos de áudio pela primeira vez em 2003 pelo programador e empresário estadunidense Dave Winer e o objetivo era que o jornalista Christopher Lyndon pudesse distribuir uma série de entrevistas de forma mais dinâmica através da internet.

Já neste momento o método foi batizado de podcasting. O nome tem origem da junção do prefixo “pod” – referência ao tocador de áudio digital iPod, da Apple, que contém o aplicativo agregador iTunes e era um dos principais alvos da distribuição através de Feed RSS na época – e o sufixo “casting” – originado da expressão broadcasting, transmissão pública e massiva de informações. A palavra foi dita pela primeira vez em 2004 por Bem Hammersley, do jornal The Guardian (LUIZ, 2014).

Apesar da inovação de Lyndon em 2003, o Feed RSS só passou a ser utilizada para a transmissão de programas inteiros de áudio, mais semelhantes aos podcasts atuais, no ano seguinte. A ideia foi atribuída ao ex-apresentador da MTV americana Adam Curry, que utilizou o RSS para, através do agregador iTunes, distribuir o seu programa independente com episódios que tinham cerca de 30 minutos de duração e se

assemelhavam muito mais aos programas de entretenimento das emissoras de rádio (MEDEIROS, 2005).

O invento de Adam traz algo inovador e revolucionário principalmente para aqueles ouvintes mais exigentes com a programação de uma rádio convencional (ou até mesmo digital). Com o Podcasting, o ouvinte não fica à mercê da indústria sendo obrigado a ouvir aquela programação pensada e formulada para favorecer uma gravadora ou artista. A ideia é exatamente burlar esse tipo de prática incluindo na programação dos podcasts conteúdo sonoro alternativo, que pode ser desde uma banda ou artista sem gravadora até um conteúdo técnico não musical com discussões sobre algum tema específico [...] Ainda não existem restrições (censura) ou qualquer tipo de controle quanto ao conteúdo encontrado nos podcasts. Essa é uma das características do Podcasting que difere de outros tipos de transmissões sonoras via Internet, na qual o fenômeno atual leva uma certa vantagem em relação aos menos recentes. A única “lei” nesse caso é obedecer sempre à principal ideia de produção sem intermediários: “direto de quem produz para quem consome”. (MEDEIROS, 2005, p 2-3)

O primeiro podcast brasileiro, no formato reconhecido hoje como tal, surgiu já em outubro de 2004. O responsável pela criação do mesmo foi Danilo Medeiros, o programa era o Digital Minds, hospedado em um blog homônimo e que hoje já não mais atualizados. No mesmo período apareceram na internet vários outros programas com as mesmas propostas de Danilo Medeiros.

Em dezembro de 2005 foi organizado a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcasts (PodCon Brasil), primeiro evento nacional dedicado exclusivamente a mídia podcast e que aconteceu em Curitiba, Paraná (LUIZ, 2014). Na primeira PodCon foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod) e escolhido como presidente da mesma o podcaster Fernando Mello, popularmente conhecido como Maestro Billy, um dos fundadores do programa Pânico, na rádio Jovem Pan FM (RADIOFOBIA, 2011).

Apesar de sua chegada prematura ao Brasil e da organização dos produtores em 2004 e 2005 para que houvesse o crescimento dessa nova mídia, vários programas de podcast não conseguiram se manter nos primeiros anos do formato no país. Em meados de 2006, vários percursos do formato encerram as atividades por falta de recursos. Novos produtores também surgiram neste período, mas a mídia só conseguiu se estabilizar a partir de 2008, quando o Prêmio iBest, um dos principais voltados para

internet no Brasil, incluiu a categoria “podcast” em sua grade, com votação exclusivamente popular (LUIZ, 2014).

Os dois primeiros vencedores do Prêmio iBest naquele ano foram o NerdCast e o Rapaduracast, ambos iniciados em 2006 e que continuam sendo, até hoje, os podcasts nacionais com o maior número de ouvintes. Ambos também estão entre os poucos que conseguiram profissionalizar a mídia a ponto de viver da produção do podcast apenas com anunciantes e patrocinadores, sem a colaboração financeira direta dos ouvintes. Eles foram responsáveis também pelo novo formato de podcast que nasceu e se popularizou no país nos anos seguintes.

[...] novos programas surgiram inspirados nos programas de rádio voltados para jovens, que aliavam humor, técnica e mixagem de som, produzindo pautas leves e descompromissadas, e trilha e efeitos sonoros que valorizavam a fala do locutor. Um dos primeiros a explorar esse formato de produção foi o Nerdcast [...] que serviu como base para grande parte dos podcast brasileiros desde então e é uma conversa informal sobre temas gerais. (LUIZ, 2014, p 12)

Um dos fatores mais importantes que diferencia o podcast do rádio tradicional, além da explícita distinção da forma como é distribuído e transmitido, é o público com um qual cada um desses pode trabalhar. O podcast tem a possibilidade de trabalhar com um ouvinte muito mais específico, um público de nicho que se interessa por algo muito mais particular e restrito, algo que, por questões financeiras e necessidade de atingir um público muito maior, o rádio e até mesmo a televisão não podem e não se interessam em fazer.

Apesar de não ser utilizado exclusivamente para o público de nicho e existir a possibilidade de adaptação para um público mais abrangente (e assim também é usado, principalmente pela grande mídia, que já o incorporou como parte de seus produtos), os podcasts se aproximam muito mais do que fazem as revistas especializadas, por exemplo. Os produtores de podcast, assim como os das revistas, têm muito mais intimidade com o seu público (PRIMO, 2005).

#### **4.1 Web rádio, podcast e a apropriação da internet pelo radiojornalismo**

Mais rápido de ser produzido e transmitido do que os meios de comunicação impressos e mais barato do que a televisão, o rádio se apropriou das novas tecnologias com sucesso e rapidez, mesmo após diversas declarações prematuras e errôneas de sua morte. A internet se tornou uma grande aliada deste meio de comunicação, tanto pela produção de web rádios e do uso de recursos de podcating, quando dos recursos multimídia, como vídeos, fotos, textos e hiperlinks. “Com a expansão da web, o rádio passou a contar com plataforma multimídia complementar para ampliar seu alcance de sintonia e diversificar sua audiência” (ALMEIDA; MAGNONI, 2010).

As emissoras de rádio se apropriaram da internet – um meio tão instantâneo quanto o próprio rádio, porém com muito mais recursos midiáticos – e a usou como ferramenta de aprofundamento de conteúdo. Enquanto nas transmissões tradicionais de rádio não há espaço para longos debates em torno de um assunto – como longas entrevistas, análises, grandes reportagens seriadas grandes etc – a internet tornou tudo isto possível para o radiojornalismo, que agora pode disponibilizar muito mais conteúdo com a ajuda da internet.

Hoje, a maioria das grandes rádios nacionais com tradição jornalísticas já oferecem aos ouvintes a possibilidade de assinatura de Feed RSS e acesso aos programas já transmitidos, por mais que nem todas produzam conteúdo em áudio exclusivo para o formato podcast. CBN, Rádio Bandeirantes, Rádio BandNews FM, Jovem Pan e Território Eldorado são apenas alguns exemplos bem-sucedidos de uso da internet pelos emissoras de rádio.

Se houve demora em perceber a importância dos blogs enquanto meio de comunicação, para além dos slogans que os descreviam apenas como um texto individual adolescente, os grandes conglomerados de mídia (como ABC, NBC, CBS) já estão trabalhando o podcasting como alternativa para buscar novos nichos de audiência e anunciantes. Alguns desses grupos e produtoras de audiovisuais utilizam o mesmo áudio veiculado em meios tradicionais em seus podcasts. [...] entender-se-á aqui que podcasting vai além da distribuição e escuta de arquivos de áudio. Esses produtos midiáticos podem também incluir imagens e links. Além disso, os podcasts estão normalmente vinculados a um blog, onde podcasters e outros interagentes podem debater cada episódio. (PRIMO, 2005, p 5)

Por fim, a web proporciona a oportunidade de as emissoras atingirem públicos de nicho, que não tinham seus conteúdos de interesse inseridos na grade de programação das rádios, através do podcast. Os novos recursos permitiram que o novo rádio publique conteúdos que se assemelham muito mais com o que fazem os blogs, sites especializados, canais no Youtube e produções independentes de podcast.

Mas tudo isso tendo a disposição uma equipe de profissionais que já trabalham com a área de comunicação há muito mais tempo e o apoio do nome de um veículo de imprensa já conhecido e com estabilidade financeira. Muitos dos jornalistas que trabalham em veículos de comunicação que têm programas voltados para nichos têm bastante intimidade com seu público-alvo e, com frequência, fazem parte desses segmentos (PRIMO, 2005).

## **5. ANÁLISE DE PODCASTS INDEPENDENTES ATUAIS**

Foram escolhidos cinco programas de podcast independentes como objetos de análise deste trabalho. O objetivo é entender melhor o formato desses programas para identificar características que gostaria e não gostaria de adicionar ao Tô de Próxima. Compreender como esses programas se assemelham ao que é transmitido na rádio e o que funciona nos dois formatos também é importante para a construção do produto do trabalho.

A escolha dos programas foi feita em busca de diversidade de formatos dentro da mesma temática do Tô de Próxima. No entanto, todos os podcasts selecionados falam sobre videogames e cultura pop em geral e não sobre tecnologia, categoria na qual os jogos eletrônicos são normalmente encaixados. A decisão foi feita por acreditar que por mais que jogos eletrônicos sejam, obviamente, derivados do tema tecnologia, eles são, acima disso, produtos culturais.

Democrático e relativamente barato de fazer, o podcast contempla todo tipo de produto e produtor. Dentro os analisados estão programas independentes de todos os tipos: nacionais, internacional, com muitos e poucos ouvintes, que se auto sustentam, que estão no mercado há anos, com ainda poucos episódios lançados, formatos e linguagens diversas e criadores com backgrounds profissionais variados.

### **5.1 Nerdcast: o maior podcast brasileiro**

Criado em março de 2006, o NerdCast faz parte do site e empresa Jovem Nerd (2002), que começou como um blog independente fundado pelos empreendedores Alexandre Ottoni, o Jovem Nerd, e Deive Pazos, o Azagual. Considerado o maior podcast nacional, o NerdCast tem distribuição exclusiva pela internet, tendo contabilizado 201,9 milhões de downloads até janeiro de 2015, com 449 episódios publicados (NERDCAST, 2015). Assim como a maioria das produções ligadas a marca Jovem Nerd o programa é sobre cultura pop, cinema, televisão, quadrinhos, videogames, literatura, história, ciências e cotidiano.

O NerdCast foi escolhido como parte desta pesquisa por três motivos. O primeiro é que o programa também fala, entre outros assuntos, sobre jogos eletrônicos, a temática deste trabalho. Em segundo lugar por ser considerado o maior podcast nacional em termos de audiência, tendo recebido em 2012 o título de hors-concours após ganhar por quatro anos consecutivos o prêmio Podcast do Ano do Youpix com pelo menos 96% dos votos. E, por último, por ser um dos maiores exemplos do profissionalismo que pode atingir um podcast com origem independente feito por pessoas que não são originalmente profissionais da área de comunicação.

Hoje, Ottoni (formato em Design), Pazos (sem formação superior completa) e suas respectivas famílias vivem apenas do dinheiro arrecado com o Jovem Nerd e palestras nacionais a respeito do trabalho que realizam. A dupla de empreendedores ficou conhecida em 2004, após receber o prêmio iBest pelo site Jovem Nerd. O NerdCast começou a ser produzido em 2006 com o título de Nerd Connection, nome inspirado no Manhattan Connection, da Globo News. Após poucos episódios o programa mudou de nome e passou a ser chamado de NerdCast.

Desde então o público do NerdCast tem crescido a partir de “amigos que indicam para amigos” e da audiência que surge a partir do trabalho que realizam para o Youtube, considerado mais acessível e popular entre o público mais jovem. Para ajudar a mensurar o sucesso do programa e do site, Azagual e Jovem Nerd também já foram apontados pela revista Época entre as cem pessoas mais influentes do Brasil no ano de 2013 e hoje estão envolvidos na produção de diversos conteúdos para a internet que atingem o público nerd.

Além do NerdCast, os empreendedores também são donos do canal no Youtube Jovem Nerd (2006) – que inclui o programa de comentários NerdOffice, o quadro de videogames NerdPlayer e os especiais sobre turismo NerdTour – da loja online NerdStore (2007) – que comercializa produtos exclusivos da marca Jovem Nerd – do selo editorial NerdBooks (2007) – focada em publicar novos autores que atinjam o público alvo da marca – e da network Amazing Pixel (2013) – para produzir e comercializar vídeos para a plataforma Youtube.



O NerdCast adota um formato de conversa de bar: um bate-papo informal entre apresentadores fixos do programa, Alexandre Ottoni e Deive Pazos, e mais três ou quatro convidados que variam dependendo do episódio. O humor e a personalidade caricata dos participantes são alguns dos pontos mais marcantes da identidade programa, o que acabou influenciando muitos podcasts nacionais e contribuiu para homogeneizar a pódosfera brasileira. Outro aspecto importante são as piadas internas entre participantes e ouvintes fiéis. Por um lado, o formato aproxima o público frequente, por outro, afasta os novatos que não entendem comentários e referências.

Mesmo os participantes móveis do NerdCast são conhecidos dos ouvintes fiéis, já que poucas vezes são introduzidas pessoas totalmente novas na programação. Entre eles já estão inclusos alguns dos tipos especialistas mais consultados pelo programa, como matemáticos, historiadores, físicos e outros cientistas e estudiosos em geral. Segundo os próprios apresentadores, o principal motivo para o formato fechado é o receio de que algum novato possa não se encaixar no programa e leve o episódio por água a baixo (NERDCAST, 2014). Esta decisão também torna o podcast um produto mais próximo do público, que tem a oportunidade de se apegar mais aos participantes.

A questão problemática que envolve o círculo fechado de membros do maior podcast nacional, neste caso, é a possibilidade quase que remota de incluir mulheres ou qualquer outro tipo de minorias no podcast. A presença feminina é rara e, mesmo quando existente, só surge em episódios sobre comportamento e cotidiano. Isto intensifica o aspecto de conversa de bar do NerdCast. Piadas e comentários machistas não são raros, apesar de terem reduzido consideravelmente com o passar dos anos.

A falta de representatividade feminina reforça a ideia de que mulheres não gostam dos assuntos abordados, como jogos, quadrinhos, ficção científica, fantasia medieval e até mesmo ciência. Além disso, outras minorias também não são inclusas, já que praticamente todos os membros fixos ou móveis do programa são homens, brancos, heterossexuais e de classe média. Mas apesar do formato fechado e a falta de representatividade, o número de ouvintes do NerdCast cresce todo ano.

O NerdCast é publicado toda semana nas sextas-feiras. Determinar um tempo de duração para os episódios não é uma prioridade neste podcast, sendo que cada programa pode ter entre uma e duas horas, incluindo os quadros iniciais sobre os patrocinadores e a leitura de e-mails dos ouvintes sobre o episódio anterior. Episódios especiais podem ter mais de três horas de duração, sendo que estes estão entre os mais baixados do site.

O NerdCast é gravado por Skype sem o auxílio de estúdio profissional de rádio. A equipe investe em bons equipamentos e a qualidade é alta, mas o formato não permite que os participantes que moram longe se reúnam em estúdio. A qualidade do programa é claramente superior as entrevistas por telefone realizadas em emissoras profissionais de rádio. A pauta é feita sem roteiro com falas pré-definidas. O tema do programa é estudado e os pontos que devem ser abordados são enviados em tópicos para todos os participantes da semana alguns dias antes da gravação (NERDCAST, 2014).

Já a edição do NerdCast passou a ser terceirizada em setembro de 2012 e é feita hoje pelo radialista e podcaster Leo Lopes, do programa Radiofobia. Antes de Lopes assumir, Azagual era o responsável pela montagem do podcast. O programa tem uma edição bem elaborada e os cortes são feitos com um timing humorístico. Além disso, a identidade sonora também é bem característica e marcando, como, por exemplo o som inserido na edição para alertar o ouvinte quando um dos participantes fala alguma coisa errada. Os recursos sonoros – como vinhetas, transições através da vírgula sonora e outros efeitos – também são diversos.

A pauta do NerdCast pode ser decidida de acordo com alguma coisa nova que aconteceu no universo nerd – como o lançamento de um jogo, filme ou série de televisão nova – determinada por um patrocinador que solicita um programa sobre um assunto em específico – como a série de quatro episódios publicados no mês de março de 2015 sobre empreendedorismo, encomendada pelo site MeuSucesso.com – ou ser apenas uma pauta fria sobre um assunto antigo e a partir daí o patrocínio é procurado.

Geralmente são convidados especialistas e pessoas interessadas na temática para participar de cada um dos episódios. A respeito dos apresentadores, Alexandre Ottoni

sempre pesquisa e estuda para os programas, já Deive Pazos alega quase nunca fazer o mesmo, só aparecendo para a gravação e dizendo o que pensa ou vem em mente (NERDCAST, 2014).

A forma de interação entre público e produtores escolhida no NerdCast é o envio de e-mails. Apesar de muitos podcasts não usarem mais o método e preferirem o dinamismo maior das redes sociais, a fidelidade do público neste programa faz com que a quantia de correspondência por e-mail permaneça alta. A leitura é feita no começo do programa (após os anúncios dos patrocinadores) com as considerações de alguns ouvintes a respeito do episódio anterior.

Os e-mails que serão lidos no NerdCast são selecionados previamente de acordo com o que a equipe do programa considera mais relevante, interessante ou engraçado. Críticas reais ao conteúdo ou ao programa nunca foram lidas nas gravações. No mesmo quadro os apresentadores também leem nomes de ouvintes que doaram sangue e cabelo, com o objetivo de incentivar mais doações. Para quem prefere pular esta parte do programa e não ouvir a leitura de e-mails, é dado o minuto exato onde começa o episódio em si logo após o anúncio dos patrocinadores.

A relação do NerdCast com os patrocinadores é bem aberta, em geral eles não se prendem aos mesmos por muito tempo e deixam claro quando é ou não uma propaganda. Além disso, eles não costumam deixar de expressar preferências pessoais em detrimento de patrocínios. A fabricante de computadores Dell, por exemplo, já investiu em propaganda e até na produção de episódios inteiros do NerdCast, mas Deive Pazos e Alexandre Ottoni sempre disseram abertamente que usam celulares, computadores e outras tecnologias somente da marca Apple.

## **5.2 99vidas: o maior podcast independente nacional sobre videogame**

O 99vidas é o podcast mais baixado na categoria jogos através do Itunes. Ele foi criado por Jurandir Filho e Izzy Nobre, sendo que hoje é apresentado também por Bruno Carvalho e Evandro de Freitas. Apesar do primeiro episódio do 99vidas datar de janeiro de 2010, o cearense Jurandir Filho tem um histórico de trabalho com a mídia desde 2006,

data de lançamento do seu podcast sobre cinema e projeto principal RapaduraCast, do site e empresa Cinema com Rapadura. Jurandir trabalha hoje exclusivamente com internet e é formado em Sistema de Informação.

Já Izzy Nobre está presente e ativo na rede desde fevereiro de 2004 com o blog Hoje é um bom dia e o canal no Youtube Izzy Nobre, para o qual realiza produção de conteúdo independente de seu blog desde 2008. Izzy também é cearense e vive no Canadá desde 2003, trabalhando como paramédico. Parte de sua renda também vem da internet através de contribuição dos fãs. Evandro de Freitas é publicitário por formação, Bruno Carvalho é cientista da computação e ambos também têm o podcast como um emprego secundário.

O 99vidas é um podcast independente sobre jogos eletrônicos e videogames antigos, existindo da renda exclusiva arrecadada através do site Patreon, que permite aos fãs apoiarem criadores de conteúdos que admiram através de doações mensais pela internet. Em troca, estes criadores podem oferecer algum benefício. O 99vidas tem 598 contribuintes que doam, ao todo, 2466,21 dólares americanos por mês (PATREON DO 99VIDAS, 2015). Quem doa cinco dólares ou mais pode realizar o download do programa algumas horas antes do público geral e fazer parte de um grupo fechado no Facebook para interagir com os criadores e votar em temas para os próximos programas.

O 99vidas teve alguns problemas de estruturação e funcionamento no início. As primeiras publicações não tiveram muita regularidade, sendo que entre os episódios seis e oito existiu um ano e meio de intervalo. Depois desta época, a periodicidade chegou ao formato atual de um capítulo por semana, com episódios que duram entre uma e duas hora e meia e sem grandes problemas com atrasos.

No formato adotado pelo 99vidas, a maior parte dos capítulos fala a respeito de um jogo ou uma série de jogos apenas, quase sempre alguma produção antiga que causa nostalgia nos participantes e nos ouvintes. Episódios especiais do 99vidas podem falar de jogos que foram inspirados em filmes ou a história de um aparelho de vídeo game em específico, como os consoles do Playstation, da Sony. Mas mesmo nos especiais a

proposta sempre se voltar para o objetivo principal do programa: causar a sensação de nostalgia nos ouvintes.

A introdução do 99vidas começa com uma conversa leve entre os participantes, que dura até dez minutos, na qual falam sobre alguma coisa que não é exatamente o tema do programa. O bate-papo pode ser sobre algum aspecto da infância deles, um ocorrido na vida pessoal ou um acontecimento noticioso da semana, sempre buscando uma possível identificação do público. Após isto, cada um dos que farão parte do episódio se apresenta e entra a vinheta de abertura. Apesar de divertida, essa introdução não faz sentido algum e parece completamente sem propósito.

Ainda com um formato semelhante ao de papo de bar e dividido por virgulas sonoras, assim como o NerdCast, os episódios mais bem feitos do 99vidas são focados em vários aspectos dos jogos. O programa mostra menos piadas internas (mesmo que ainda tenha muito humor envolvido), permitindo que ouvintes avulsos tenham mais facilidade com episódios soltos. E mesmo se tratando de um podcast sobre produções antigas, é possível ouvir os episódios sem nunca ter jogado a obra abordada no mesmo. Existe a preocupação em introduzir o assunto, dar a sinopse do jogo, dizer as origens, a equipe envolvida na produção, falar de enredo, jogabilidade e gráficos.

Outro recurso utilizado é a trilha sonora dos jogos, que toca ao fundo durante todo o programa e, em alguns pontos, o volume é aumentado para o ouvinte acompanhar somente a música. O recurso desperta saudade em quem já conhece o jogo, mesmo que a mídia videogame seja muito visual. Outra marca registrada do 99vidas é o sotaque e as gírias cearense de Jurandir Filho, o que ajuda a fazer dele um podcaster reconhecível em qualquer produção da qual participe.

Entre as características do 99vidas está a facilidade que os integrantes têm para desviar muito do assunto quando não estão interessados nele. No episódio sobre a série jogos de Pokémon, por exemplo, só um dos apresentadores dominava de verdade o assunto do qual estavam falando e os outros não pareciam ter se dado ao trabalho de pesquisar para o episódio. Como estavam por fora do tema, várias piadas foram feitas, além de comentários com suposições e preconceitos.

O programa pode se tornar desagradável para quem quer ter o sentimento de nostalgia proposto quando os membros falam sobre um jogo que não conhecem muito bem ou não gostam tanto, já que o assunto não é tratado com tanto respeito. Fica claro quando os apresentadores não dominam o tema, e não por simples honestidade dos mesmos, mas pela falta de cuidado na produção do episódio.

O 99vidas não adota nenhum tipo de interação com o público dentro do podcast e não usa leitura de e-mails ou mensagens enviadas por qualquer outro meio. Apesar disso, a interação na área de comentários do site e nas redes sociais é bem maior do que a do NerdCast, por exemplo. O contato é mais próximo e íntimo com os ouvintes no podcast do 99vidas.

### **5.3 MotherChip: novo podcast sobre jogos com futuro promissor**

O site Overloadr, onde é publicado o podcast semanal MotherChip, foi criado por ex-integrantes do podcast profissional “Games on the rocks”, ligado à página também sobre games Arena IG. O Games on the rocks existiu de novembro de 2011 até setembro de 2014, quando Henrique Sampaio, Heitor de Paola e Caio Teixeira deixaram o IG para fundar (ainda em setembro de 2014) o novo projeto independente e viver exclusivamente deste.

Ao contrário do NerdCast e do 99vidas, todos os integrantes do Overloadr já trabalhavam profissionalmente com comunicação antes do projeto. Caio Teixeira é formado em Jornalismo pela Universidade São Judas Tadeu e trabalha com games desde 2007, tendo escrito para as revistas Mundo Estranho, Rolling Stone e Trip. Heitor de Paola é formado em Letras pela USP e atua na área de jornalismo de games desde 2009, tendo passado pelos sites da Nintendo Blast e a Rolling Stone. Henrique Sampaio é formado em Design pela Anhembí Morumbi e trabalha com games desde 2005. Ele foi repórter e editor no Uol, Terra e IG. Em 2009, foi professor de desenvolvimento de jogos da FMU, em São Paulo.

No Overloadr são produzidos dois programas de podcast. O MotherChip é sobre games e o Bilheteria fala de cultura e variedades, sendo ambos semanais. O MotherChip

teve, até a terceira semana de abril de 2015, 30 episódios lançados. Segundo informações do midia kit de novembro de 2014 do Overloadr, o mesmo podcast tem uma média de 30 mil downloads por semana. Somente cinco por cento do público é feminino, de acordo com pesquisa realizada com cerca de mil ouvintes do Games on the Rocks no Facebook em 2013.

Além do podcast, o Overloadr possui um blog que é atualizado diariamente com notícias e análises, produção de programas em vídeo e publicações de artigos e reportagens especiais. Como os integrantes abandonaram seus empregos anteriores para se dedicarem ao site e os outros projetos atrelados ao Overloadr, outro método de arrecadação utilizado por eles, além da publicidade, é o Patreon, o mesmo do podcast 99vidas. A página no site de arrecadação do Overloadr conta com 298 fãs patrocinadores contribuindo ao todo com 1986,56 dólares americanos por mês para a manutenção do projeto (PATREON DO OVERLOADR, 2015).

Os episódios já publicados do MotherChip têm entre uma hora e meia e duas horas e meia de duração, com blocos de assuntos diferentes dentro de um mesmo episódio. A primeira parte do programa é composto por uma conversa leve entre os participantes totalmente fora do assunto, quase um devaneio, durando cerca de 25 minutos. Logo depois, começa o programa de fato, com dois ou três blocos falando a respeito de jogos em particular. Dependendo do episódio, a conversa pode ser com algum desenvolvedor de jogos ou personalidade. O penúltimo bloco é sempre de notícias sobre games e o último é composto pela leitura de e-mails dos ouvintes.

Sendo um programa muito extenso, o maior problema do MotherChip é que não é informado no início do programa em qual minuto do arquivo começa qual parte. Para ouvir apenas o que lhe interessa, o ouvinte precisa entrar no site e descobrir para qual minuto adiantar. Para quem gosta de ouvir podcasts realizando atividades secundárias, como dirigir ou correr, isto pode ser um problema. Além disso, a introdução é maçante e longa, não funcionando tão bem quanto no 99vidas, que usa o mesmo modelo, só que com menos da metade do tempo. É o suficiente para alguns ouvintes desistirem de um episódio inteiro.

O MotherChip também funciona como um bate-papo informal, mas sem a busca intencional pelo humor e nenhuma piada interna, apesar dos apresentadores serem carismáticos. Ainda assim, outros aspectos tornam o MotherChip difícil de compreender para a maioria do público. Ao contrário do 99vidas, quem não jogou a obra da qual eles estão falando dificilmente vai gostar do episódio. A conversa é mais bagunçada, enquanto os participantes comentam sobre aspectos diferentes do jogo ao mesmo tempo e pressupõe que o ouvinte também já jogou.

#### **5.4 Dash e Vértice: dois podcasts sobre jogos dos mesmos produtores**

Formado por membros do extinto podcast sobre jogos NowLoading, que durou de maio de 2008 até novembro de 2010, o site Jogabilidade reuniu dois podcasts sobre jogos eletrônicos: o Dash e o Vértice. O primeiro episódio do Dash foi lançado em dezembro de 2011 e teve 53 episódios publicados até 13 de abril de 2015. O Vértice começou em agosto de 2012 e teve 48 episódios publicados, uma frequência maior do que a do Dash e com um intervalo médio de 15 dias entre cada um deles.

O site Jogabilidade serve somente como plataforma de hospedagem para os podcasts. Ele foi fundado pelo designer André Campos e o analista de marketing da Riot Games e formado em Publicidade e Propaganda Ricardo Dias. Hoje também faz parte do projeto Eduardo Fonseca. Todos os membros do Jogabilidade têm outro emprego e levam o projeto como secundário. O projeto é sustentado por possíveis anunciantes e ouvintes que fazem doações através do Paypal.

Com exceção de alguns poucos episódios especiais, o Dash funciona com um capítulo inteiro falando a respeito de apenas um jogo ou franquia. Cada episódio tem entre uma hora e duas horas e meia de duração, variando de acordo com a obra. No formato adotado a partir do capítulo número 50, sempre há um convidado de fora da equipe participando do Dash.

Os novos capítulos do Dash (a partir do episódio 50) começam com a vinheta de abertura que já inclui o nome dos participantes da edição. Logo depois, o jogo e o convidado são apresentados, sendo que todos tecem alguns comentários rápidos de



forma descontraída e bem organizada dentro do assunto. A introdução dura até três minutos e as divisões entre os blocos são feitas com trechos sonoros da obra, mesmo que estas estejam em inglês.

A separação dos blocos não é feita baseada tanto no conteúdo em si, parecendo muito mais um descanso para o ouvinte e uma oportunidade para introduzir um novo trecho da obra. No entanto, o desenvolvimento do episódio do podcast é gradual. Eles começam com uma sinopse sobre a obra, a produtora e o formato do jogo. Os participantes citam e comparar alguns outros jogos dos mesmos desenvolvedores ou com formatos e gêneros semelhantes. Depois partem para a narrativa, enredo e personagens. Tudo isso sem dar informações demais e que possam estragar a experiência dos novatos, sendo didáticos e buscando despertar o interesse nos que não conhecem.

Após um tempo de programa, os apresentadores aprofundam na obra e começam a surgir algumas informações que são mais interessantes para o ouvinte que já jogou e, talvez, tornem a experiência para quem ainda não conhece menos interessante. Apesar disso, o desenvolvimento do programa acontece de forma tão gradual que é possível identificar exatamente quando este trecho começa, mais ou menos na metade do episódio, e parar de ouvir caso ainda não tenha jogado e deseje ter uma experiência inédita. Por fim, assim como no MotherChip, o último bloco do Dash, de cerca de 15 minutos, é composto pela leitura de e-mail dos ouvintes.

Um episódio do Vértice dura entre uma hora e duas horas e meia, sendo que este podcast nasceu para ser sem edição, trazer temas atuais, falar de jogos que não merecem ou não preenchem um episódio inteiro do Dash, realizar quizzes e debates (VÉRTICE, 2012). Além das músicas de abertura, encerramento e algumas trilhas de fundo para proporcionar ritmo, o Vértice não conta com nenhum outro tipo de recurso além da voz dos apresentadores. Ele é um programa sem cortes, vírgulas ou efeitos sonoros.

A transmissão do Vértice é feita, originalmente, ao vivo e gratuita por streaming através do site Twitch, possibilitando a interação imediata dos ouvintes. Quem estiver

interessado em acompanhar o programa ao vivo pode se inscrever no canal do Twitch do Jogabilidade e receber notificações com os horários de início das transmissões. O áudio é gravado e disponibilizado através de podcast no site do Jogabilidade para quem quiser ouvir de novo ou tiver perdido a transmissão ao vivo. O formato do Vértice é semelhante ao papo de bar, sendo que os participantes falam de suas vidas pessoais, mas sem todas as piadas internas características do formato. Além disso, os jogos sempre são o assunto principal e ocupam a maior parte do programa, com poucos espaços preenchidos por conversas aleatórias e fora do contexto principal.

### **5.5 Idle Thumbs: podcast americano feito por desenvolvedores de jogos**

Idle Thumbs é o podcast estadunidense fundado em 2008 e que conta com atualizações semanais desde então. O programa é composto por uma equipe de cinco desenvolvedores, designers e jornalistas de jogos que discutem e dissertam sobre as obras de vídeo game que jogaram recentemente. Chris Remo, Jake Rodkin e Sean Vanaman trabalham na Campo Santo, uma pequena empresa de desenvolvimento de jogos em São Francisco. Danielle Riendeau é desenvolvedora de jogos e trabalha com jornalismo de jogos no site Polygon. E Nick Breckon trabalha na Telltale Games, mundialmente conhecida por desenvolver jogos de aventura baseados em séries, filmes e quadrinhos conhecidos.

O Idle Thumbs fica hospedado em um site com o mesmo nome junto com outros seis podcasts, todos produzidos por profissionais que trabalham com jogos. O site do Idle Thumbs serve, além de local para publicação dos episódios dos podcasts, como hospedagem de um fórum onde os ouvintes podem se cadastrar e conversar sobre jogos entre si e com os criadores do programa. De acordo com dados coletados no dia 13 de abril de 2015, o fórum do Idle Thumbs tem 21610 membros.

A forma de lucro utilizada pelo Idle Thumbs é a publicidade em seus programas e uma loja de roupas e itens variados relacionados as marcas do site. Na loja também são vendidas menções e anúncios no programa, que custam 75 dólares americanos. Quem adquirir os anúncios deve dizer se é para fins comerciais ou pessoais, como uma

mensagem de feliz aniversário, por exemplo. No entanto, nenhum dos participantes do podcast vive exclusivamente do lucro obtido através deste.

Os episódios do Idle Thumbs possuem entre uma hora e uma hora e meia de duração. Os integrantes discutem entre quatro e sete jogos por episódio, falando do que jogaram recentemente. O formato do Idle Thumbs é dinâmico, já que os capítulos são um pouco mais curtos e muitas obras são citadas, mas não há tanto aprofundamento em nenhum dos jogos. Em geral, eles dizem o quanto se divertiram ou estão se divertindo com um jogo e dão uma perspectiva mais profissional do ponto de vista deles como desenvolvedores.

Os formados, designs, trilhas sonoras e outros aspectos dos jogos também são citados, mas a abordagem é mais superficial e não existe a preocupação em introduzir sobre o significado de termos para um público mais leigo. Também não é citado no áudio do Idle Thumbs quais jogos vão ser abordados no episódio. Para obter a informação é preciso acessar o link para download do arquivo no site.

Este podcast é feito com pouca edição, um formato que se repete em vários programas estrangeiros. Com exceção das vinhetas de abertura e de encerramento, o programa se resume ao bate-papo leve, descontraído e bem-humorado dos apresentadores. No meio dos episódios existem alguns pequenos blocos de comerciais de cerca de dois minutos, mas mesmo estes são simples, apenas com uma vírgula sonora separando um do outro e a voz dos locutores falando sobre o produto.

## 6. METODOLOGIA

Por escassez de bibliografia específica sobre o tipo de produto que desejava criar, grande parte deste trabalho foi baseado em exemplos existentes de outros produtos de podcasts independentes e nas técnicas aprendidas de jornalismo em rádio durante o curso. Busquei identificar as características principais dos programas analisados neste trabalho (NerdCast, 99vidas, MotherChip, Dash, Vértice e Idle Thumbs), tanto em nível técnico quanto em conteúdo, e evita-los.

Outra tática escolhida para obter maior índice de acerto no projeto de podcast Tô de Próxima, foi a de publicar cada episódio quando concluído e dar um espaço de tempo entre a divulgação dos capítulos. O objetivo era que através do feedback do público eu pudesse melhorar ainda mais em cada episódio e atender as minhas expectativas como produtora e do público como ouvinte, considerando que pretendo continuar com o projeto posteriormente.

O formato do programa foi pensado para ser limpo, simples e leve. Sem vinhetas produzidas, pouca ou nenhuma inserção de efeitos sonoros e uma duração menor do que a de todos os programas analisados para a realização deste trabalho. A simplicidade e a leveza são baseadas nos podcasts independentes, em particular os produzidos fora do Brasil. Já a duração busca algo mais próximo do rádio, com programas para serem ouvidos mais rápido, como no trânsito, por exemplo. Cada episódio deve ter entre 35 e 45 minutos de duração.

A vantagem que enxergo do podcast sobre o rádio para quem está produzindo, é que o público que está ouvindo o programa de podcast optou por isso. Eles realizam o download, acompanham desde o primeiro minuto e, em geral, se interessa pelo assunto. Vinhetas elaboradas com títulos e chamadas não são indispensáveis e as informações gerais sobre quem está falando ou deu entrevista também podem ser passadas com menos frequência.

Outro recurso explorado com frequência durante o programa e que é uma vantagem de recursos do podcast sobre o rádio, é a possibilidade multimídia oferecida pela internet. Durante os episódios do podcast são citados vídeos, sites, pesquisas,

matérias e diversos outros conteúdos de outras mídias que podem ser encontrados no site do programa e acessados pelos ouvintes.

O Tô de Próxima foi pensado para aproveitar essas vantagens oferecidas pelo formato podcast, o que facilitaria a finalização e edição do programa. Este é um podcast composto por um tripé base de música, debate e entrevistas. Ainda assim, foram mantidas algumas características do rádio, como, por exemplo, a escolha de não fazer tantas piadas internas ou referências às brincadeiras e comentários realizados em episódios anteriores. Os capítulos podem ser ouvidos em qualquer ordem ou separadamente, sem prejudicar ou afastar os novos ouvintes.

Este podcast foi elaborado como um programa para ser produzido semanalmente e o projeto busca simular um mês de quatro semanas com publicações. Durante as três primeiras semanas do mês hipotético, seriam publicados os episódios de resenha, nos quais são promovidos debates sobre um jogo independente brasileiro. No quarto e último programa, encerramento do mês, a publicação seria a de um episódio especial com um tema que envolve um problema social e o universo dos games.

O Tô de Próxima também é complementado com o site oficial do mesmo, perfil no Twitter, página no Facebook, canal no Youtube e do SoundCloud. A identidade visual da logo, capas dos episódios e todas as imagens atreladas ao podcast, foram pensadas e criadas por Gleydson Lima, aluno de Publicidade e Propaganda da Universidade de Brasília exclusivamente para o programa. O objetivo era criar mais do que os episódios em áudio, mas toda uma identidade de marca para o programa.

## **6.1 Episódios de resenha: Toren, Momodora e Chroma Squad**

Os episódios tradicionais de resenha possuem uma introdução, na qual são apresentados os participantes, o formato do podcast, o jogo de videogame que vai ser comentado e os meios pelos quais os ouvintes podem entrar em contato, como redes sociais, e-mail e endereço do site. Tudo isso dito de forma rápida e dinâmica, para que não demore mais do que quatro minutos. A introdução foi pensada após identificar que um dos problemas de vários programas, como por exemplo o NerdCast, é que os

participantes podem levar até 20 minutos para entrar no assunto do episódio e cansar o ouvinte antes mesmo do começo real do programa.

Os próximos quatro blocos dos episódios – batizados de História e Enredo, Jogabilidade, Arte e Gráficos, Música e Som – são onde os assuntos principais do programa são abordados. Neles, os participantes discutem os aspectos da obra que dão nome aos quatros e que devem ser divididos da forma mais simétrica possível. Os blocos também devem sempre começar com um depoimento gravado previamente em entrevista de até dois minutos no qual um dos membros da equipe de desenvolvedores do jogo fala sobre aquele ponto da obra. No final de cada bloco, são lembradas as redes sociais, endereço do site e e-mail para contato do podcast.

Por último, na conclusão do programa, são passadas informações de avaliação do jogo ao ouvinte. Pode ser uma nota na Steam – plataforma de computador de gestão de direitos digitais onde o usuário pode comprar e avaliar jogos, gerenciar uma biblioteca com o seu próprio arsenal de games, interagir com outros jogadores etc – ou em outra plataforma conhecida de videogames. Além disso, todos os membros presentes no debate dão uma nota para o jogo que vai de um a cinco e depois tiram uma média geral. Ainda no encerramento, é aberto espaço para os participantes divulgarem redes sociais e projetos e, mais uma vez, são repassadas as informações sobre os endereços as redes sociais e site do podcast.

A primeira etapa de produção de cada episódio de resenha é a pré-produção. Durante essa fase, todos os três membros participantes da mesa redonda de debate devem pesquisar sobre o jogo, jogar a obra em questão e fazer as próprias anotações a respeito dos aspectos das obras. De preferência, é solicitado que os membros da bancada joguem a obra por completo, do início ao fim, ou o máximo possível.

Considerando que lidamos com produtores locais, muito próximos de nós e com os quais entramos em contato diretamente durante a entrevista, o objetivo jogando a obra inteira é que não corramos nenhum risco de ser precipitados nos nossos comentários. O podcast 99vidas, por exemplo, tem o hábito de colocar membros na bancada que não conhecem o jogo direito ou se quer já tiveram algum contato legítimo com ele. Apesar de

ser o maior podcast de games no Brasil hoje, esse é um dos grandes defeitos do 99vidas, que corre sérios riscos de perder a credibilidade com o público quando optam por agir dessa forma.

Ainda no período de pré-produção, após ou durante o tempo disponível para conhecer a obra, é feito o contato com os desenvolvedores. É importante, no entanto, que o contato seja feito só após iniciar o jogo, porque dessa forma fica aberta a possibilidade de fazer perguntas mais específicas a respeito. Já que o entrevistado não vai estar presente no dia da gravação para argumentar, esta é a melhor forma de fazer perguntas boas o suficiente para que o depoimento gravado supra esta necessidade ou chegue o mais próximo possível disso. A entrevista então é solicitada, gravada e editada para entrar em cada um dos quatro quadros do programa.

Após essas etapas, é criado o roteiro do episódio, que é construído para facilitar a memória, mas não para ser lido sempre. O objetivo é que o Tô de Próxima seja um programa espontâneo e os roteiros utilizados mais para manter a ordem do programa e tê-lo sob controle. Além disso, eles servem principalmente para anotar tópicos que devem ser abordados, dados sobre a obra, números, nomes próprios que precisam ser lembrados e sugestões de perguntas que podem ser feitas aos participantes.

A etapa de gravação em estúdio é feita “crua” por completo. Toda a inserção de música, entrevistas e qualquer efeito sonora acontece durante a edição. Na etapa de gravação em estúdio é só a participação dos membros da bancada. Apesar das gravações serem livres e haver a possibilidade óbvia de reduzir o programa na edição, pede-se que os membros não fujam do assunto central, para facilitar a pós-produção. É importante também manter um equilíbrio entre o quanto cada pessoa presente na mesa fala, para que todos tenham espaço para opinar e participar. Fazer perguntas para todos pode ajudar nesse aspecto. Caso os membros não tenham afinidade, é também desejável que um pouco seja criada antes de começar a gravar, conversando em off.

A pós-produção ou etapa de edição é um trabalho quase mecânico. São feitos os cortes estratégicos no programa para que caiba dentro do tempo determinado de duração, coloca-se as músicas de background e são inseridas as entrevistas. Por ser um

programa com um formato mais limpo do que a maioria dos podcasts independentes produzidos no Brasil hoje, o maior trabalho de edição do Tô de Próxima consiste em deixar o programa dentro dos padrões de tamanho pensados para o formato e fazer com que as músicas de fundo pareçam natural na transição. No fim das contas, a produção dos três episódios de resenha foi semelhante.

## **6.2 Episódio especial: Mulheres e Games**

Os episódios especiais falam sobre temas sociais que envolvem videogames. No capítulo produzido para o mês hipotético com o qual trabalhamos durante este trabalho, o tema escolhido foi a representatividade feminina nos jogos e o machismo que mulheres que jogam videogame sofrem. Alguns exemplos de outros temas que poderiam ser abordados nos episódios especiais, no entanto, são: o papel dos jogos na educação, a normalização da violência nos videogames, o elitismo na cultura dos videogames etc. As possibilidades são infinitas e serão abordadas em episódios futuros com a continuidade do projeto.

Ainda existem semelhanças nas etapas do episódio especial e dos episódios de resenha. Os programas especiais precisam ter de dois a quatro blocos com grandes temas e dentro deles devem se encaixar os assuntos menores. O objetivo é manter o ritmo mais leve e fluido, assim como nos episódios de resenha, e que ainda lembre o formato padrão do Tô de Próxima.

Durante a pré-produção do especial são decididos os tópicos que serão abordados durante o programa a partir de pesquisas sobre o problema. A pesquisa pode ser feita através de conversas pela internet ou presencialmente com pessoas que consomem videogame, busca em fóruns, jornais, portais, blogs, pesquisas na área, documentários, canais no Youtube e várias outras mídias. A partir da decisão dos tópicos mais importantes que devem ser citados, os membros da mesa de debate são informados a respeito para que possam se preparar para participar do programa.

Ainda na pré-produção, são procuradas e entrevistadas pessoas comuns que tenham o hábito de jogar videogame ou se encaixem na pauta do programa, para dar



depoimentos a respeito dos tópicos abordados durante o episódio. Foi a forma encontrada de ter vários posicionamentos e vivências dentro dos episódios, com entrevistas gravadas e inseridas de forma semelhante as dos episódios de resenha. Elas também servem como gancho para trazendo novos pontos de debate para a mesa de conversa principal dentro do estúdio sem precisar trocar de bloco.

Já a montagem do roteiro, o momento de gravação e a pós-produção do episódio especial em nada difere dos episódios de resenha. O roteiro é montado em tópicos, muito mais como ficha para recordar nomes e outros dados, um guia, do que com o objetivo de ser lido. A gravação é “crua”, com apenas a voz e participação dos membros na mesa, sendo toda a parte de montagem e inserção de trilha sonora feita na edição. O mesmo vale para a edição, que é feita também da mesma forma limpa, fazendo cortes quando necessário reduzir o tamanho, inserindo a trilha sonora e as sonoras dos entrevistados.

### **6.3 Publicação, divulgação e feedback**

Após concluir cada um dos episódios do Tô de Próxima, os mesmos foram publicados e disponibilizados de maneira alternada em diversas plataformas, sendo elas o SoundCloud ([soundcloud.com/todeproxima](https://soundcloud.com/todeproxima)), Youtube (canal Tô de Próxima), qualquer agregador de Feed RSS por meio de endereço criado a partir do Feedburner ([feeds.feedburner.com/todeproxima](https://feeds.feedburner.com/todeproxima)) e download direto no site oficial do programa ([todeproxima.com.br](https://todeproxima.com.br)). Os episódios foram, ainda, divulgados e compartilhados nas páginas oficiais do programa nas redes sociais Facebook e Twitter.

O site oficial do podcast foi criado para se tornar a principal plataforma de hospedagem e interação com o público do programa. Nele, cada episódio ganha uma publicação individual com descrição, links citados durante o capítulo, indicações de jogos (quando existentes) e os créditos são dados aos participantes e envolvidos na produção do episódio. Também existe no site uma sessão de comentários no fim de cada uma das publicações para interação com o público e, além do site, comentários também podem ser enviados pelas redes sociais e e-mail.

Após as publicações dos episódios alguns feedbacks foram recebidos. Várias pessoas apenas enviaram uma mensagem rápida dizendo que gostaram, mas em geral os retornos mais elaborados foram importantíssimos para aprimorar o programa. No primeiro episódio (sobre Toren), por exemplo, me enviaram uma mensagem reclamando do volume alto da música de background, problema que busquei solucionar nos capítulos que se sucederam.

Outro comentário, feito só após a publicação do último episódio (especial sobre Mulheres e Games) e que será levado em consideração para continuar com o Tô de Próxima futuramente, foi que os endereços para contato foram repetidos em excesso durante os dois últimos programas, o que tornou acompanhar cansativo para o ouvinte. Em geral, os feedbacks se basearam muito mais em comentar o conteúdo do episódio, o que foi dito pelos participantes ou manifestação de curiosidade a respeito do jogo em debate. Considerei, portanto, feedbacks positivos, já que o público se envolveu com o conteúdo a ponto de se manifestar sobre ele.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo primordial deste trabalho sempre foi experimentar novos formatos, unir as qualidades da rádio e do podcast independente e criar um produto aperfeiçoado para consumidores de nicho. Visando isso, acredito que o programa foi bem-sucedido, por exemplo, na forma como conseguimos montar um formato com inserção de entrevistas e uma apuração e pré-produção mais elaboradas do que a dos podcasts analisados durante o trabalho.

Outro aspecto importante levado em consideração na hora de trazer as qualidades da rádio para o podcast independente foi o tempo de duração dos episódios. O rádio tende a ser mais compacto, fechado e ter tempos absolutamente definidos. No Tô de Próxima, busquei limitar o período de tempo para que não ficasse tão aberto, mas sem a precisão exata do rádio.

O objetivo no Tô de Próxima era que o ouvinte tivesse uma noção do tempo que perderia ouvindo o programa mesmo antes de realizar o download, o ajudando a se programar semanalmente para os lançamentos. Ainda assim, que eu, como produtora, não me sentisse presa em um tempo tão fechado como o do rádio. No fim das contas, podcast tem como uma de suas vantagens principais o fato de não estar disputando grade de horário em emissora com outros programas e poder se dar ao luxo de ter episódios menores ou maiores dependendo da necessidade do assunto.

A decisão de não usar vinhetas, manter o programa o mais limpo possível e apenas com músicas de fundo, foi outro aspecto importante que só o podcast permitiu e ajudou muito no aumento da praticidade na produção do programa. No rádio, o ouvinte não realizou o download do episódio e precisa saber o que está passando através de inserções sonoras de vinhetas. Já no podcast, o público sabe exatamente o que está escutando e sobre o assunto principal do programa logo no início, quando aperta o play. Isso faz com que certas informações sejam secundárias.

O lançamento do primeiro episódio foi primordial para aprender o que exatamente eu queria com o programa e o que funcionava ou não para o formato que estava buscando. O roteiro, por exemplo, foi uma das principais coisas que sofreram mudanças

após o episódio de estreia. No piloto, o roteiro era todo escrito, com pouco espaço para improvisação. Anotei cada detalhe do que ia dizer e tentei ser espontânea, mas com o roteiro a naturalidade não veio como esperado. Ouvindo o episódio um é possível perceber o texto um pouco lido e travado. Não funcionou.

A partir do segundo episódio os roteiros foram construídos em grandes tópicos: eram anotados, na íntegra, os detalhes como links, nomes próprios e dados numéricos. De resto, o roteiro serviu como um guia baseado em anotações de “coisas que deveriam ser ditas”. A fluidez mudou, a naturalidade surgiu e a melhora da minha locução como apresentadora a partir daí é notável. O programa recebeu feedbacks comentando isso. Aprendi, portanto, a lidar com o improviso e a espontaneidade nas mídias sonoras, situações que ainda não havia encarado durante a graduação em Jornalismo. Até então, o roteiro completo para ser lido ainda servia como muleta na hora da locução.

Outra dificuldade enfrentada no decorrer dos episódios foi a quantia de vezes que os participantes em estúdio eram chamados pelo nome. Muitas vezes, eu, como host, esquecia de dizer seus nomes, o que após tantos minutos de debate pode acabar se tornando um problema para o ouvinte. Uma melhoria buscada com o decorrer do tempo foi a de aumentar a frequência com a qual citava o nome das pessoas presentes e fui bem-sucedida nesse aspecto quando comparamos cada episódio.

O aumento no número de vezes que as redes sociais eram divulgadas também foi um trabalho realizado durante a produção dos episódios do podcast, mas que ainda estão em processo de melhoria. Logo no primeiro episódio os links para contato foram citados pouco: apenas duas vezes. Mas até o quarto e último episódio acabamos subindo demais o número de divulgações: seis vezes. Algumas pessoas criticaram o aumento e o objetivo é que em episódios futuros essa divulgação seja reduzida para apenas três vezes durante o episódio.

Durante todo o processo de criar e administrar todas as redes sociais e canais do Tô de Próxima, nunca pensei que teria tanta dificuldade para lidar com todos os canais. Quando se cria uma conta no SoundCloud, Youtube, Facebook, Twitter, e-mail e um site é necessário administrar todas elas de forma justa. Receber comentários de ouvintes

através de cada um desses meios pode ser algo difícil de lidar, principalmente quando se deseja responder cada um deles. O Twitter, em particular, foi o canal de contato que acabou mais prejudicado pela forma como fiquei sobrecarregada com as várias contas do Tô de Próxima, principalmente por ser esta uma rede social que precisa de atualizações constantes e que acabou sem identidade e um pouco abandonada.

Falando ainda sobre redes sociais, cheguei à conclusão de que, continuando com o projeto no próximo ano, o Twitter é uma das redes que sem dúvida vou deixar para trás. A opção mais viável que encontrei para mandar um Twitter é passar a divulgar durante o programa a minha conta pessoal, que acabo utilizando diariamente sem precisar de uma programação específica. Outros podcasters também fazem isso, como, por exemplo, o próprio Jovem Nerd. É uma forma, inclusive, de aproximar o público do produtor de conteúdo.

Outro recurso que foi utilizado do começo ao fim do programa, mas enxerguei problemas posteriormente, foram as notas dados aos jogos na conclusão dos programas de resenha. Penso que as mesmas causam constrangimento, já que os produtores foram solícitos e participaram do programa através de entrevistas e o formato de notas pode prejudicar o contato do programa com outros desenvolvedores no futuro.

Uma opção viável para encerrar a situação do programa de uma forma mais confortável é todos darem suas opiniões sobre o jogo e concluir com os aspectos básicos e mais importantes, mas dar notas para obra. A partir do ponto de vista dos participantes da mesa já é possível que o ouvinte compreenda se o jogo é bom ou não e se foi aprovado ou não por aquelas pessoas.

O aprendizado primordial que tive com este trabalho foi que os produtos de comunicação estão sempre se modificando e adaptando, ganhando novos formatos com as novas tecnologias e públicos. O podcast é, sem dúvida, um desses formatos promissores e ricos que podem favorecer e trazer muitas vantagens para as emissoras de rádio que ousarem explorar todos os recursos oferecidos por esta mídia. Aprender sobre a história e o formato dos podcasts no Brasil e no mundo é um diferencial profissional indiscutível, considerando que ainda é um formato pouco estudado e

explorado pelo radiojornalismo. Profissionais de comunicação especialistas em podcasts ainda parecem escassos diante do mercado de trabalho e dos estudos de Comunicação.

O podcast é usado, quase que em sua totalidade, por vários produtores independentes, mas quando o rádio compreender e utilizar a mesma tecnologia para produção de conteúdo inédito, ganhará uma nova vida. As rádios no Brasil precisam acelerar o passo em direção as possibilidades oferecidas pelo podcast e os métodos de distribuição de programas de áudio via internet. O podcast atinge um número assustador de jovens, principalmente que repararmos em quantos ouvintes e acessos podcasts como o NerdCast possuem. Se a produção independente consegue causar este impacto, o mesmo também é possível para as empresas de comunicação que produzem rádio profissional. O público jovem não é apenas gigantesco, é também o ouvinte do futuro.

A partir deste trabalho também foi possível compreender que, muitas vezes, se feito da forma correta, é possível trazer métodos antigos de transmissão de notícia para públicos que não estão acostumados com eles. Por mais que a audiência moderna seja apegada a imagens, o uso das possibilidades de multimídia proporcionadas pelo podcast (e pela internet no geral) traz um diferencial indiscutível para um programa que utiliza, de início, apenas recursos sonoros. No fim das contas, a maior vantagem do rádio, que é poder ser acompanhado enquanto o ouvinte exerce outras funções, foi mantida pelos programas de podcast e com esta característica particular nenhuma outra mídia consegue disputar de frente.

## 8. REFERÊNCIAS

BARILI, M.V. Notas do editor. In: MAGNONI, A.; CARVALHO, J. (org). O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac, 2010.

BUFARAH JUNIOR, A. Rádio na Internet: desafios e possibilidades. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27, 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004.

DEJAVITE, Fábila A. A Notícia light e o jornalismo de infotimento. In: Trabalho apresentado no VI Encontro de Núcleo de Pesquisa – NP – Jornalismo. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: INTERCOM, 33, 2010, Caxias do Sul. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2010.

LUIZ, L. Podcasters brasileiros: uma comunidade em busca de visibilidade. In: DT 5 - Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2011. São Paulo: Intercom, 2011.

LUIZ, L. (org). Reflexões sobre o podcast. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014.

MAGNONI, A.; CARVALHO, J. Introdução. In: MAGNONI, A.; CARVALHO, J. (org) O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Senac, 2010.

MEDEIROS, M. "Podcasting: Produção descentralizada de conteúdo sonoro". In: anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom), 2005.

NERDCAST 440 – Making off podcast. Podcast. Disponível em: <<http://jovemnerd.com.br/nerdcast/nerdcast-440-making-of-podcasts/>>. Acesso em: 4 nov. 2015.

NERDCAST 450 – O melhor de 450 NerdCasts. Podcast. Disponível em: <<http://jovemnerd.com.br/nerdcast/nerdcast-450-o-melhor-de-450-nerdcasts/>>. Acesso em: 4 nov. 2015.

Patreon do 99vidas. Disponível em: <<https://www.patreon.com/99vidas>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

Patreon do Overloadr. Disponível em: <<https://www.patreon.com/overloadr>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

PRIMO, A. F. T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. Intexto, Porto Alegre, n. 13, 2005.

RADIOFOBIA 55 – Com Maestro Billy. Podcast. Disponível em: <<http://jovemnerd.com.br/nerdcast/nerdcast-450-o-melhor-de-450-nerdcasts/>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

VÉRTICE #01 – Metal Gear Racismo. Disponível em: <<http://jogabilida.de/2012/08/vertice01/>>. Acesso em: 13 abr. 2015.



## 9. ANEXOS

### 9.1 Orçamento

Livros	R\$ 200
Jogos	R\$ 100
Equipamentos	R\$ 100
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 400</b>

### 9.2 Identidade visual

#### ITEM 1 – LOGO MARCAS



## ITEM 2 – LAYOUT DO SITE PARA COMPUTADOR E MOBILE



Gerando debate sobre videogames brasileiros

# TÔ DE PRÓXIMA

## PODCAST

PODCAST
SOBRE
RSS
SOUNDCLOUD
FACEBOOK
TWITTER

2015  
OCT/14

### TÔ DE PRÓXIMA #03 - CHROMA SQUAD



DOWNLOAD | FEED | YOUTUBE



No episódio de número três do **Tô de Próxima**, eu (Raia Spindola), Paulo Velasco e César Daher tivemos uma conversa sobre o indie game nacional Chroma Squad, da desenvolvedora brasileira Behold Studios.

Chroma Squad teve patrocínio direto do público para ser criado e chegou a arrecadar 97 mil dólares através do Kickstarter. Após conversão e desconto de impostos, as doações somaram pouco mais de 100 mil reais, um quarto do orçamento total do game lançado em abril de 2015.

Fundada em 2009, a Behold Studios é um dos exemplos da possibilidade de se viver exclusivamente do desenvolvimento de jogos no Brasil. A empresa já se autofinancia e banca os próprios membros desde de 2013, após ser mundialmente conhecida pela criação do jogo Knights of Pen and Paper.

Chroma Squad está disponível para computador através da Steam e neste episódio também contamos com a participação do produtor e programador da obra, Saulo Camarotti.

**LINKS:**

Site oficial da Behold Studios  
Kickstarter de Chroma Squad  
Chroma Squad na Steam

**CRÉDITOS:**

Apresentação: Raia Spindola (@raiaspindola)  
Participação: César Daher (@ceproko) / Paulo Velasco (Insert Life)  
Operação de som: Pedro Albuquerque  
Edição e montagem: Raia Spindola  
Trilha sonora: As músicas neste programa fazem parte da soundtrack de Chroma Squad

f
t



**Raia Spindola**

Vive no Distrito Federal, estuda Jornalismo na Universidade de Brasília (UnB) e rádio e web são suas áreas favoritas de trabalho. Cresceu com o Playstation 1, jogando RPG, adventure games e jogos de ritmo, seus gêneros favoritos. Não tem muita paciência para games de ação e MMOs. Ama seu Nintendo DS.

t
t
t

NA REDE



PUBLICAÇÕES POPULARES



**Tô de Próxima #01 - Toren**  
DOWNLOAD | FEED | YOUTUBE  
No primeiro episódio do Tô de Próxima, Vitória Santos, Gleydson Lima e eu (Raia Spindola), conve...



**Tô de Próxima #02 - Monodora**  
DOWNLOAD | FEED | YOUTUBE  
No segundo episódio do Tô de Próxima, Jean Badji, Matheus Umpierre e eu (Raia Spindola), conve...



**Tô de Próxima #03 - Chroma Squad**  
DOWNLOAD | FEED | YOUTUBE  
No episódio de número três do Tô de Próxima, eu (Raia Spindola), Paulo Velasco e César Daher ti...



**O que é o Tô de Próxima**  
O site do Tô de Próxima é a página principal de hospedagem do programa homônimo de áudio podcast sobre videogames com foco na realida...

ARQUIVO TÔ DE PRÓXIMA

2015 (4)

Outubro (1)

Tô de Próxima #03 - Chroma Squad

Setembro (3)

MARCADORES

DESTAQUE
PODCAST

RECEBA POR E-MAIL

Fique sabendo das atualizações do Tô de Próxima:

ASSINE

Nenhum comentário:

0 comentários

Ferramenta de moderação

Classificar por: Principais



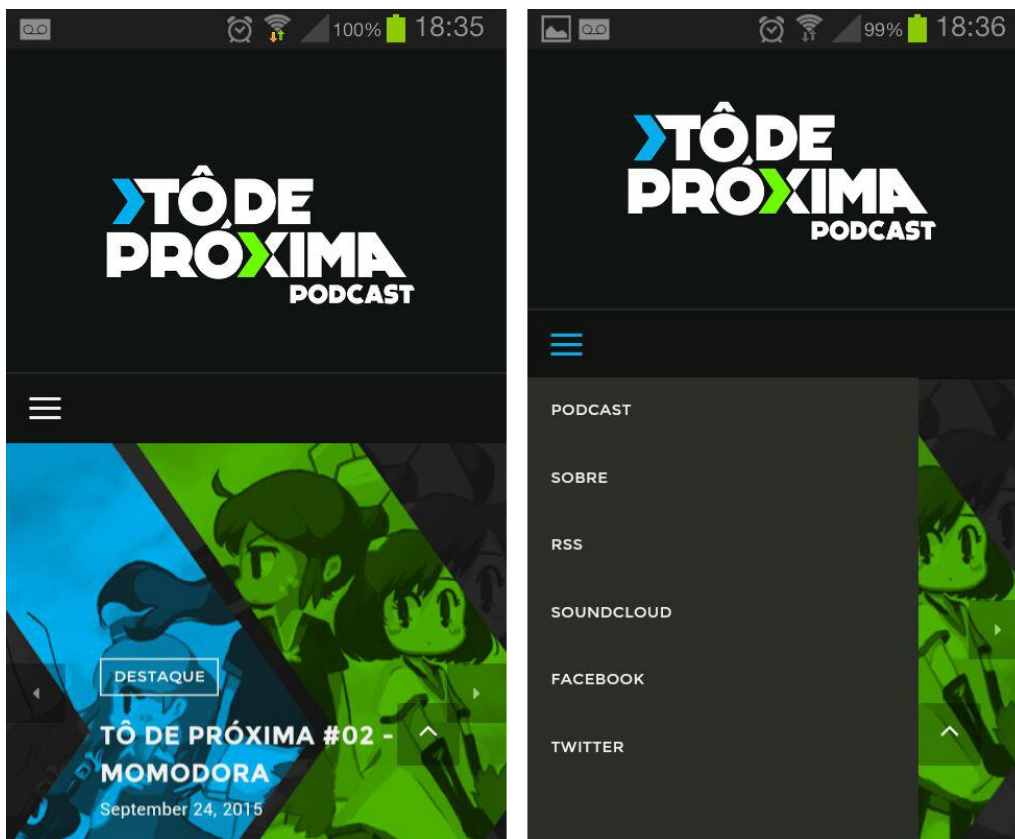
Adicionar um comentário...

Facebook Comments Plugin

COPYRIGHT © 2015 TÔ DE PRÓXIMA PODCAST

CREATED BY THEMEXPOSE

51



### ITEM 3 – LAYOUT DO FACEBOOK





## ITEM 4 – LAYOUT DO TWITTER



## ITEM 5 – CAPAS DOS EPISÓDIOS





### 9.3 Roteiros

#### ROTEIRO 1ª EPISÓDIO TÔ DE PRÓXIMA – TOREN

**Duração dos episódios:** 35 a 45 minutos

**Apresentadora:** Raila Spindola

**Participantes:** Vitória Santos e Gleydson Lima

**TEC: INTRODUÇÃO – SOBE, DESCE e MANTÉM BG (até 20 segundos)**

**LOC RAILA:** Bom dia, boa tarde e boa noite! // Eu sou Raila Spindola, estou falando de Brasília e este é o primeiríssimo episódio, o piloto, do Tô de Próxima, um podcast semanal sobre games indies brasileiros e também o meu trabalho de conclusão de curso em Jornalismo na Universidade de Brasília.

Para que você, ouvinte, saiba um pouco mais sobre mim, eu diria que minhas preferências com relação a games são os RPGs, principalmente os clássicos japoneses, e jogos de aventura em geral. // Eu costumo jogar muito pelo computador, além de ter, atualmente, o DS e o Xbox 360. // Meu console favorito é, sem dúvida, o Playstation 1.

Além de mim, está aqui Vitória Santos, que trabalha com Classificação Indicativa de video games no Ministério da Justiça e é estudante de Audiovisual da Universidade de Brasília. // Seja bem-vinda, Vitória. // Fala um pouquinho para gente sobre as suas preferências com relação aos games.

**LOC VITÓRIA:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** Também está aqui Gleydson Lima, Presidente Organizacional da Doisnovemeia, empresa júnior de publicidade e propaganda da Universidade de Brasília. // Ele é, também, o responsável por toda a identidade visual do Tô de Próxima. // Bem-vindo, Gleydson. Fala um pouco sobre as suas preferências com relação a videogames.

**LOC GLEYDSON:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** Pois bem! // Esta semana nós vamos falar sobre Toren, jogo de aventura da produtora gaúcha Swordtales. // O game foi lançado em maio deste ano para Playstation 4 (através da PSN) e PC (através da Steam e outras lojas digitais). // A obra levou dois anos e meio para ser concluída e teve um orçamento total de 400 mil reais, dos quais 350 mil

foram adquiridos através da Lei Federal de Incentivo à Cultura, também conhecida como Lei Rouanet. // A equipe que criou Toren é composta pelo produtor Vitor Leães, o programador Luiz Guilherme Alvarez, o diretor de arte Alessandro Martinello e o animador Conrado Testa. // Este foi o primeiro jogo que a Swordtales produziu como grupo, apesar dos membros já terem, individualmente, se envolvido em projetos anteriores.

Para que vocês saibam, o Tô de Próxima é dividido em quatro blocos: História e Enredo; Arte e Gráficos; Música e Som; e Jogabilidade. // No começo de cada quadro um dos membros da equipe de desenvolvedores do jogo explica sobre aquele aspecto da obra e depois eu e os convidados conversamos sobre as nossas experiências pessoais com o jogo. // No fim do programa vamos todos dar uma nota geral nos baseando nessas experiências e nos depoimentos dos desenvolvedores.

Então vamos para o primeiro quadro falar sobre a História e o Enredo de Toren.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: HISTÓRIA E ENREDO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Neste episódio nós conversamos com Alessandro Martinello. // Ele é o diretor de arte de Toren e nos passou algumas informações sobre a obra. // A respeito da história e do enredo do jogo, o Alessandro nos falou um pouco sobre a inspiração para a criação da obra, deu um pequeno resumo da trama e contou que não havia nenhum



roteirista envolvido, foi um trabalho em equipe de todos os criadores de Toren. // Vamos ouvir o que ele disse.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI:** “A gente se inspirou em mitologias diversas, só que a gente quis fazer nossa...”

**DF:** “...as motivações e o backstory do lugar ou não entender, se ele não quiser.”

**LOC RAILA:** Bem, nós acabamos de ouvir o Alessandro, diretor de arte de Toren. // Então, pessoal, considerando a entrevista e suas experiências pessoais com o jogo, o que acharam da história e dos personagens de Toren?

**LOC VITÓRIA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC GLEYDSON:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC RAILA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

Vamos para o próximo quadro falar sobre a arte e o design de Toren.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: ARTE E DESIGN – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Vamos ouvir mais uma vez o diretor de arte de Toren, Alessandro Martinello, desta vez a respeito da parte gráfica do jogo. // Ele diz que as principais inspirações para a obra foram os estilos de alguns cartoons famosos.

**TEC: Sonora do entrevistado (37 segundos)**

**DI:** “A gente se inspirou num estilo cartunesco mesmo, sem muitas intenções...”

**DF:** “...aí de sucesso que são mais estilo Disney, só que são feitos no Japão.”

**LOC RAILA:** No final do depoimento o Alessandro citou aí o cineasta japonês Hayao (RAIÁU) Miyazaki. // Para quem não sabe, o Miyazaki é o criador de alguns filmes que ficaram bem famosos, como Meu amigo Totoro e A Viagem de Chihiro.

Eu sei que você curte bastante animação japonesa, Vitória, inclusive o trabalho do Miyazaki. // Você notou elementos de linguagem que lembrem este formato em Toren? // E o que vocês dois acharam da arte do jogo em geral?

**LOC VITÓRIA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC GLEYDSON:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC RAILA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

E no próximo quadro vamos falar sobre os aspectos da música e do som do jogo Toren.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: MÚSICA E SOM – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** A respeito da trilha sonora, o Alessandro destacou a importância da música para climatizar jogos no estilo de Toren e sobre como as canções ajudaram a construir a seriedade da trama.

**TEC: Sonora do entrevistado (52 segundos)**

**DI:** “Nesse tipo de jogo a gente considera muito importante todas as coisas...”

**DF:** "...entenderam isso a gente deixou eles fazerem da forma que eles quisessem."

**LOC RAILA:** O Alessandro falou aí sobre toda a liberdade dada aos músicos que trabalharam na trilha sonora de Toren e esta foi, particularmente, a minha parte favorita de toda a obra. // Eu vou falar mais sobre isso daqui a pouco, quando for a minha vez, mas primeiro quero ouvir o que vocês dois acharam da parte sonora do jogo.

**LOC GLEYDSON:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC VITÓRIA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC RAILA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

E agora nós vamos para o último quadro antes de formularmos nossas conclusões, no qual vamos tratar dos aspectos da Jogabilidade de Toren.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: JOGABILIDADE – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** No último trecho da entrevista que foi feita com o Alessandro Martinello, diretor de arte de Toren, ele conta que a obra investiu em um formato de jogabilidade mais simples e fácil, para que o jogador pudesse explorar e aproveitar a trama. Vamos ouvir.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto e 9 segundos)**

**DI:** “É uma jogabilidade estilo visual adventure, que é um foco menor em...”

**DF:** "...isso que a gente está oferecendo, então esse jogador pode não gostar, né?"

**LOC RAILA:** Nós ouvimos aí o último trecho de entrevista com o Alessandro, falando sobre a jogabilidade de Toren. // E aí, o que vocês acharam deste último aspecto do jogo?

**LOC GLEYDSON:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC VITÓRIA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

**LOC RAILA:** Opinião a respeito da obra (1 A 2,5 MINUTOS)

E agora, finalmente, vamos para a conclusão.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: CONCLUSÃO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Muito bem, chegamos ao final do programa, onde damos uma nota de 1 a 5 para a obra, nos baseando nas nossas experiências, preferências e no depoimento do desenvolvedor. // Antes de começar a dar as notas, gostaria de dizer que 77 por cento das 324 avaliações de Toren na Steam são positivas.

Vamos começar com você, Vitória. Que nota você dá, de 1 a 5, para Toren e por quê?

**LOC VITÓRIA:** Nota e explicação.

**LOC RAILA:** E você, Gleydson, que nota dá para Toren e por qual motivo?

**LOC GLEYDSON:** Nota e explicação.

**LOC RAILA:** Nota e explicação.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: SOBE, DESCE e MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Vitória e Gleydson, para encerrar digam os perfis de vocês no Twitter. Se quiserem podem divulgar projetos pessoais ou profissionais, fiquem à vontade. // Já aproveito para agradecer pela participação no episódio, foi um prazer e sejam sempre bem-vindos.

**LOC VITÓRIA:** Redes sociais

**LOC GLEYDSON:** Redes sociais

**LOC RAILA:** O site do Tô de Próxima é **TODEPROXIMA.COM.BR**, acessem para ter mais informações nos posts dos episódios. Sigam o programa também nas redes sociais, o perfil no Twitter é **TWITTER.COM/TODEPROXIMA** e a página no Facebook é **FACEBOOK.COM/TODEPROXIMA**. Para entrar em contato vocês podem mandar mensagem nas redes sociais ou enviar um e-mail para **TODEPROXIMA.PODCAST@GMAIL.COM**. Sigam o Twitter, curtam a página, mandem e-mails e até o próximo programa.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

## **ROTEIRO 2ª EPISÓDIO TÔ DE PRÓXIMA – MOMODORA**

**Duração dos episódios:** 35 a 45 minutos

**Apresentadora:** Raila Spindola

**Participantes:** Matheus Umpierre e Jean Badji

**TEC: INTRODUÇÃO – SOBE, DESCE e MANTÉM BG (até 10 segundos)**

**LOC RAILA:** Bom dia, boa tarde e boa noite! // Eu sou Raila Spindola, estou falando de Brasília e este é o segundo episódio do Tô de Próxima, um podcast semanal sobre games indies brasileiros. // Dessa vez nós vamos falar sobre a série Momodora, da produtora Bombservice.

- Divulgação das redes sociais.

**LOC RAILA:** Também está aqui Matheus Umpierre, estudante de Publicidade e ex-estudante de Audiovisual, que conhece uns jogos aí que eu nunca ouvi falar na vida. Diz aí um pouco sobre o que você costuma e gosta de jogar, Matheus.

**LOC MATHEUS:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** E Jean Badji, que é estudante de jornalismo e tem uma lista de referências de jogos mais extensa que o normal, pelo que fiquei sabendo. O que você curte e geralmente joga mais, Jean?

**LOC JEAN:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** Neste programa vamos falar da série Momodora, da produtora Bombservice. // A equipe é formada pelo criador da série, o goiano Guilherme Martins, conhecido com Rdein (ARE DIM), e os gringos Steven Chai, do Canadá, Hernan Zhou, da Holanda, e Ólafur Kolbeinsson, da Islândia. // Eles se conheceram em um fórum online e trabalham a distância, usando a internet.

O primeiro jogo da série foi lançado em 2010, feito só pelo Guilherme, e o Bombservice foi criado em 2011, mesmo ano de lançamento do segundo jogo. // O Momodora 3 saiu na Steam em 2014 e hoje em dia eles estão trabalhando no quarto jogo da série.

Conversando com o Guilherme, fiquei sabendo que não existiu um orçamento de criação do jogo, todo mundo da equipe meio que trabalhou de boa vontade e de graça. // Também não existem funções definidas dentro da equipe, cada um faz um pouco de tudo.

- Falar dos blocos: História e Enredo; Arte e Gráficos; Música e Som; e Jogabilidade.
- Falar da participação dos desenvolvedores e sobre a conversa posterior.
- Falar sobre a nota dada no fim do programa.



- Chamar o primeiro quadro, sobre Arte e Gráficos.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: ARTE E GRÁFICOS – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Guilherme Martins, o Rdein, criador da série Momodora.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI: “Cave Story, é claro, meio óbvio, foi uma inspiração no começo...”**

**DF: “...os personagens são mais pesados, uma coisa mais trevosa.”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Gráficos fofos, gosto.
- Técnica de cores utilizada deixou mesmo bem limpa, gostei também.
- Elementos gráficos no geral: obstáculos, cenários, efeitos visuais, etc. Gostei.
- Eu preferi o Momodora 3 nesse aspecto, mas foi o que mais curti na série em geral.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre a Jogabilidade.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: JOGABILIDADE – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Guilherme Martins, o Rdein, criador da série Momodora.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI:** “O estilo do gameplay bem 2D, plataforma, retrô, que muita gente gosta...”

**DF:** “...muito difícil, se não ia ser um saco. Eu deixei ele mais light.”

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Diferença do modelo de plataforma e do de exploração.
- Dificuldade do jogo.
- Obstáculos e poderes parecidos com Megaman e outras obras.
- Momodora 2 foi o meu favorito.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre a História e o Enredo.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

## **TEC: HISTÓRIA E ENREDO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Guilherme Martins, o Rdein, criador da série Momodora.

**TEC: Sonora do entrevistado (55 segundos)**

**DI:** “A história do primeiro Momodora é que por causa do costume...”

**DF:** “...objetivo não é que seja muito visível, são jogos 2D de plataforma, né?”

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Não tinha compreendido muito bem a história, queria te tivesse mais.
- Como gosto de RPG e Adventure, acho que sinto muita falta disso em jogos.
- Sei que não era o foco, mas espero mais elementos de narrativa no próximo da série.
- Nenhum se tornou o meu favorito neste ponto, mas o 3 se destaca por ter o BAD

END.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre a Música e o Som.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

## **TEC: MÚSICA E SOM – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Guilherme Martins, o Rdein, criador da série Momodora.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI:** “A trilha sonora não é exatamente feliz, né? É mais para dar um clima...”

**DF:** “A ideia do Momodora 4 é estender este conceito de som atmosférico. ”

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Dizer que é o que está tocando de fundo agora no programa.
- Gostei muito de todas as trilhas, considero um ponto bem positivo de Momodora.
- Não notei tanto esta construção do som ambiente no 3, mas gosto do formato.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar a Conclusão.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

## **TEC: CONCLUSÃO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Introduzir a conclusão e dar a nota do jogo na Steam: 91% das 197 avaliações são positivas.

- Chamar Matheus para dar a nota e a opinião final.

**LOC MATHEUS:** Nota e explicação.

**LOC RAILA:** Chamar Jean para dar a nota e a opinião final.

**LOC JEAN:** Nota e explicação.

**LOC RAILA:** Dar a minha nota e opinião final. Passar a média final da obra.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: SOBE, DESCE e MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Abrir espaço para os participantes divulgarem suas redes sociais e projetos.

**LOC PARTICIPANTES:** Redes sociais e divulgações diversas.

**LOC RAILA:** O site do Tô de Próxima é **TODEPROXIMA.COM.BR**, acessem para ter mais informações nos posts dos episódios. Sigam o programa também nas redes sociais, o perfil no Twitter é **TWITTER.COM/TODEPROXIMA** e a página no Facebook é **FACEBOOK.COM/TODEPROXIMA**. Para entrar em contato vocês podem mandar mensagem nas redes sociais ou enviar um e-mail para **TODEPROXIMA.PODCAST@GMAIL.COM**.

Sigam o Twitter, curtam a página, mandem e-mails e até o próximo programa.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

### **ROTEIRO 3ª EPISÓDIO TÔ DE PRÓXIMA – CHROMA SQUAD**

**Duração dos episódios:** 35 a 45 minutos

**Apresentadora:** Raila Spindola

**Participantes:** César Daher e Paulo Vellasco

**TEC: INTRODUÇÃO – SOBE, DESCE e MANTÉM BG (até 10 segundos)**

**LOC RAILA:** Bom dia, boa tarde e boa noite! // Eu sou Raila Spindola, estou falando de Brasília e este é episódio número três do Tô de Próxima, um podcast semanal sobre games indies brasileiros. // Neste programa vamos falar sobre Chroma Squad, dos meus conterrâneos da Behold Studios.

- Divulgação das redes sociais.

**LOC RAILA:** Comigo aqui hoje temos Paulo Vellasco, nosso primeiro participante desenvolvedor. // Ele é formado Desenvolvimento de Jogos Digitais pelo IESB, aqui em Brasília, e membro da produtora de games recém-saída do forno Insert Life. // Paulo, diz aí para o ouvinte um pouco sobre o que você curte jogar.

**LOC PAULO:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** E também César Daher, estudante de Design da UnB, ilustrador e que curte uns RPGs japoneses aí, que eu estou ligada. Fala um pouco mais sobre o que você costuma jogar, César.

**LOC CÉSAR:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** Vamos falar neste episódio sobre o RPG tático Chroma Squad, da produtora brasileira Behold Studios. // O game foi lançado em abril deste ano para computador, podendo ser comprado através Steam, e deve sair para PS4 e Xbox One em breve. // O jogo foi patrocinado pelo público através do Kickstarter, o que na época rendeu cerca de 100 mil reais, já após a conversão e descontos de impostos americanos. // O orçamento total de Chroma Squad foi de 400 mil reais.

A equipe envolvida na criação do jogo é formada pelo programador e produtor Saulo Camarotti; pelos também programadores Guilherme Mazzaro, Leonardo Prunk e Leonardo Leite; e os artistas Hugo Vaz, Betu Souza e Bruno Briseno.

Falando um pouco mais sobre a produtora, a Behold Studios foi fundada em 2009 e conta com 16 jogos lançados. // Eles ficaram conhecidos, principalmente no exterior, após lançar, em 2012, o game Knights of Pen and Paper. // O jogo ganhou vários prêmios, nacionais e internacionais, e foi uma das contribuições para que eles conseguissem tanto apoio do público para a produção de Chroma Squad. // Desde então, o estúdio já é autossuficiente e os membros conseguem, sim, viver só do desenvolvimento de jogos.

- Falar dos blocos: História e Enredo; Jogabilidade, Arte e Gráficos e Música e Som.
- Falar da participação dos desenvolvedores e sobre a conversa posterior.
- Falar sobre a nota dada no fim do programa.
  
- Chamar o primeiro quadro, sobre História e Enredo.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: HISTÓRIA E ENREDO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Saulo Camarotti, produtor e programador da Behold Studios.



**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI: “No Chroma Squad você tem que gerenciar um estúdio de televisão...”**

**DF: “...um diferencial na ideia que nos motivou muito a trabalhar mais nela.”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Baseado nas séries Super Sentais.
- Cinco rangers com vários personagens para escolher.
- Quebra da quarta parede e o fato de você interpretar atores e não os heróis.
- Humor no estilo paródia e a metalinguagem, brincam com o clichê.
- Episódios interpretados, enquanto a trama principal é o desenvolvimento do estúdio.
- E-mails recebidos pelo estúdio e tweets do público.
- Ótima versão em português.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre a Jogabilidade.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: JOGABILIDADE – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Saulo Camarotti, produtor e programador da Behold Studios.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI:** “Ele intercala entre um gerenciador, um manager, onde você customiza...”

**DF:** “...para formar um grande tiro megapoderoso para destruir o chefe.”

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- O estilo de RPG tático e de administração do estúdio.
- Conta com batalha de robô gigante.
- Crescimento da audiência e renovação para nova temporada.
- Objetivos que precisam ser cumpridos durante as batalhas.
- Criação de armas a partir de materiais.
- Investimento em marketing e equipamentos para melhorar o estúdio.
- Níveis de dificuldade e extensão do jogo.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre a Arte e os Gráficos.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: ARTE E GRÁFICOS – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Saulo Camarotti, produtor e programador da Behold Studios.

**TEC: Sonora do entrevistado (55 segundos)**

**DI: “Bom, a gente tem uma pegada muito nostálgica aqui no nosso estúdio...”**

**DF: “...pra fazer e a gente consegue aplicar em cima da pixel arte.”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Pixel arte, lembrando estilo de jogos japoneses.
- Efeito de televisão antiga.
- Movimentos dos personagens, cenas de golpe e acabamento do jogo.
- Jogo bem colorido, condizente com a temática.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre a Música e o Som.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: MÚSICA E SOM – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar a sonora do entrevistado, Saulo Camarotti, produtor e programador da Behold Studios.

**TEC: Sonora do entrevistado (1 minuto)**

**DI:** “Trilha sonora é inspirada justamente nessas séries dos anos 90...”

**DF:** “...porque foi um trabalho que a gente se orgulha muito dele.”

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Debate entre as pessoas presentes no estúdio.

Pontos para serem abordados:

- Parodiada e heroica, condizente com o tema do jogo.
- Algumas são cantadas em japonês.
- Lista extensa de canções.
- Bem marcante e presente, deu identidade para o jogo.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar a Conclusão.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: CONCLUSÃO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Introduzir a conclusão e dar a nota do jogo na Steam: 96% das 802 avaliações são positivas.

- Chamar participantes para darem as notas e opiniões finais.

**LOC PARTICIPANTES:** Notas e opiniões.

**LOC RAILA:** Dar a minha nota e opinião final. Passar a média final da obra.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: SOBE, DESCE e MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Abrir espaço para os participantes divulgarem suas redes sociais e projetos. Perguntar para o Paulo sobre o jogo dele.

**LOC PARTICIPANTES:** Redes sociais e divulgações diversas.

**LOC RAILA:** O site do Tô de Próxima é **TODEPROXIMA.COM.BR**, acessem para ter mais informações nos posts dos episódios. Sigam o programa nas redes sociais, o perfil no Twitter **TWITTER.COM/TODEPROXIMA** e a página no Facebook **FACEBOOK.COM/TODEPROXIMA**. Para entrar em contato vocês podem mandar mensagem nas redes sociais ou enviar um e-mail para **TODEPROXIMA.PODCAST@GMAIL.COM**.

Sigam o Twitter, curtam a página, mandem e-mails e até o próximo programa.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

## **ROTEIRO 4ª EPISÓDIO TÔ DE PRÓXIMA – MULHERES E GAMES**

**Duração dos episódios:** 35 a 45 minutos

**Apresentadora:** Raila Spindola

**Participantes:** Camila Reis e Rebeca Moura

**TEC: INTRODUÇÃO – SOBE, DESCE e MANTÉM BG (até 20 segundos)**

**LOC RAILA:** Bom dia, boa tarde e boa noite! // Eu sou Raila Spindola, estou falando de Brasília e este é episódio quatro do Tô de Próxima, que costuma ser um podcast semanal sobre games indies brasileiros. // Eu disse “costuma” porque este programa vai ser um episódio diferente, vamos tratar de um tema social envolvendo jogos. // A cada três episódios vamos ter sempre um especial como este ao invés da clássica resenha sobre um game indie. // O tema deste programa é Mulheres e Games. // Vamos falar sobre representatividade feminina em jogos e sobre alguns problemas que meninas gamers enfrentam por causa do machismo.

- Divulgação das redes sociais e site.

- Playlist relacionada a jogos com mulheres fortes. Lista completa na descrição do podcast.

**LOC RAILA:** Comigo aqui hoje temos Rebeca Moura, estudante de Engenharia da Computação aqui da Universidade de Brasília. // Porque ter uma mulher engenheira entre nós nunca é demais, pessoal. // Beca, fala para gente, o que você costuma jogar?

**LOC REBECA:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** E também está aqui Camila Reis, estudante de Arquitetura daqui da Universidade de Brasília. // Muita diversidade nos cursos da UnB aqui hoje. // Mila, a mesma pergunta para você, o que costuma jogar?

**LOC CAMILA:** Apresentação/Cumprimento

**LOC RAILA:** Então, como eu já disse, este é um programa especial sobre mulheres e games. Antes de mais nada, queria dizer que:

- Não vamos falar de dados, pesquisas ou teses. Isso você acha rapidinho no Google, inclusive coloquei alguns links do tipo na página do episódio lá no site para quem quiser ler.

- Aqui nós vamos falar de gente, vida e casos reais. Vamos ouvir alguns depoimentos durante o programa e contar um pouco sobre nós.

- Dois blocos: Representatividade feminina nos jogos e Machismo no meio gamer.

- Falar sobre a conclusão com a indicação de obras.

- Chamar o primeiro quadro, sobre Representatividade feminina nos jogos.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: REPRESENTATIVIDADE FEMININA NOS JOGOS – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Para não perder a tradição do Tô de Próxima, vamos começar este bloco com um depoimento? A Letícia Motta, de 20 anos, é de Piracicaba (São Paulo) e modera a página do Facebook We Can Play, que incentiva o empoderamento feminino nos games. Ela contou um pouco sobre o que irrita ela nos personagens femininos dos jogos. Vamos ouvir.

**TEC: Sonora Letícia Motta (1m21)**

**DI: “Com certeza é a questão da hipersexualização e da objetificação, né?...”**

**DF: “...Elas não têm muita voz e acho que isso também deveria ser mudado.”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Pontos para serem abordados:

- Objetificação: Roupas absurdas, armaduras que não protegem, representação física dos corpos. (Repair Her Armor Tumblr)

- Tropos femininos / estereótipos de personalidade (Feminist Frequency - Tropes vs Women - Anita Sarkeesian).



. Donzela em perigo / Mulher na geladeira / Femme fatale / Manic Pixel Dream Girl  
(Maya – Ace Attorney)

- Papel no gameplay: sempre suporte, white mage, invocadora etc.
- Caso Anita Sarkeesian.
- Revertam o tropo, roteiristas. Mocinha femme fatale? Donzelas que se salvam sozinhas?
- Por que o público é majoritário masculino? Este problema de representatividade não seria um dos motivos?

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar o próximo quadro, sobre Machismo no meio gamer.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: MACHISMO NO MEIO GAMER – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Pontos para serem abordados:

Quando, como e porque você começou a jogar?

- Era o videogame do irmão, do pai ou seu mesmo? Quando você teve o seu primeiro videogame?
- Como eram os jogos que vocês ganhavam? Jogos de “menininhas”?

**LOC RAILA:** Vamos ouvir mais um depoimento? A Aline Cavalcanti, de 23 anos, é uma moça gamer de São Paulo, capital. Ela disse no depoimento dela que quando era mais nova e frequentava lan house, precisava sempre usar nick masculino nos jogos online.

**TEC: Sonora Aline Cavalcanti (39 segundos)**

**DI: “Quando eu ia em lanhouse, isso uns 10 anos atrás, eu ia jogar...”**

**DF: “sofrendo um pouquinho, então usava nomes neutros ou masculinos.”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Pontos para serem abordados:

- Mulheres que precisam usar nicks masculinos em MMOs.
- Assédio em MMOs.
- Violência psicológica em MMOs.
- Parei de jogar MMO um pouco por causa do comportamento das pessoas.

**LOC RAILA:** Antes de falar sobre outro aspecto, vamos para outra declaração de mulher gamer. A Victoria Amanda é bem novinha, tem só 16 anos, e é de Toledo, no Paraná. No depoimento ela admite que é testada por homens constantemente quando joga vídeo game.

**TEC: Sonora Victoria Amanda (46 segundos)**

**DI: “Eu acho que sou constantemente testada por homens em jogos...”**

**DF: “...Ou então só está aqui para conseguir equipamento. ”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Pontos para serem abordados:

- Homens que testam mulheres, já aconteceu com vocês?
- Homens não são testados, nós precisamos ser muito melhores para ganhar respeito.
- Eu já me deparei com situações onde sei coisas que homens não sabiam, mas eles não foram ridicularizados por isso.

**LOC RAILA:** Isso nos leva a outro ponto, que são os homens que dizem sonhar com uma namorada gamer ou geek, mas tratam mulheres desse jeito, né? Testando e sendo babacas. A Ana Lídia Souza, de 21 anos, é de Toledo, no Paraná, e tem uma teoria ótima sobre isso. Não vou nem dar spoiler, só tocar mesmo.

**TEC: Sonora Ana Lídia Souza (43 segundos)**

**DI: “Eu acho que para os homens ainda é muito desafiador e muito...”**

**DF: “...Perder para uma mulher é tenso.”**

**LOC DEBATE PARTICIPANTES:** Pontos para serem abordados:

- Homens que sonham namorar uma gamer: preconceito e idealização masculina.
- Homens que procuram uma gamer, mas maltratam as que conhecem.
- Construção do estereótipo: mulher que gosta de videogame é feia. Se eles acharem que uma menina é bonita, ela está só tentando chamar atenção.
- Se vestir como homem para ganhar respeito.

**LOC RAILA:** - Pedir para dar a opinião nas redes sociais.

- Chamar a Conclusão.

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: CONCLUSÃO – SOBE, DESCE E MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Chamar participantes para indicar jogos com protagonistas ou personagens femininas fortes e falar sobre eles.

**LOC PARTICIPANTES:** Indicações.

**LOC RAILA:** Dar a minha indicação (Life is Strange, distribuído pela Square).

**TEC: DESCE E CORTA BG**

**TEC: SOBE, DESCE e MANTÉM BG**

**LOC RAILA:** Abrir espaço para os participantes divulgarem redes sociais e projetos.

**LOC PARTICIPANTES:** Redes sociais e divulgações diversas.

**LOC RAILA:** O site do Tô de Próxima é **TODEPROXIMA.COM.BR**, acessem para ter mais informações nos posts dos episódios. Sigam o programa nas redes sociais, o perfil no

Twitter **TWITTER.COM/TODEPROXIMA** e a página no Facebook **FACEBOOK.COM/TODEPROXIMA**. Para entrar em contato vocês podem mandar mensagem nas redes sociais ou enviar um e-mail para **TODEPROXIMA.PODCAST@GMAIL.COM**.

Sigam o Twitter, curtam a página, mandem e-mails e até o próximo programa.

**TEC: DESCE E CORTA BG**